

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LES DIFFÉRENTES PERCEPTIONS DES CHAÎNES DE TÉLÉVISION  
INTERNATIONALES EN PÉRIODES DE CONFLIT.  
CRITIQUES CROISÉES DE CNN, FOX NEWS ET AL-JAZEERA  
VÉHICULÉES SUR INTERNET

MÉMOIRE  
PRÉSENTÉ  
COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR  
ANNE-ASTOU LOPES

JUIN 2009

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

## REMERCIEMENTS

En préambule à ce mémoire, nous souhaitons adresser ici tous nos remerciements aux personnes qui nous ont apporté leur aide et qui ont ainsi contribué à l'élaboration de ce mémoire.

Tout d'abord Monsieur René-Jean Ravault, directeur de ce mémoire, pour l'aide et le temps qu'il a bien voulu nous consacrer et sans qui ce mémoire n'aurait jamais vu le jour.

Nous remercions également les membres du jury, Madame Carmen Rico de Sotello, Monsieur Antoine Char, et Monsieur Gaby Hsab. pour l'honneur qu'ils nous ont accordé en acceptant de juger notre travail.

## TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ.....	v
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I : PROBLÉMATIQUE GÉNÉRALE.....	5
1.1 Clarification de certains concepts.....	5
1.2 Problématique.....	7
CHAPITRE II : CADRE THÉORIQUE.....	9
2.1 La théorie de la réception active.....	9
2.2 L'objet précis de la recherche .....	20
2.3 Hypothèses de recherche .....	22
CHAPITRE III : CADRE MÉTHODOLOGIQUE.....	28
3.1 Justification du changement méthodologique .....	28
3.2 Méthode d'investigation.....	32
3.3 Une méthode qualitative.....	35
3.4 L'échantillon des documents étudiés et les limites de sa représentativité.....	38
3.5 Stratégie d'analyse.....	47
3.6 La pertinence communicationnelle de la recherche.....	48
CHAPITRE IV : RÉSULTATS COMMENTÉS.....	51
4.1 Commentaires sur les textes des internautes québécois et européens recevant et analysant les images de CNN, Fox News et Al-Jazeera .....	51
4.1.1 Le traitement médiatique de la guerre en Irak : la fin du monopole de CNN et l'avènement d'Al-Jazeera.....	52
4.1.2 Une guerre de propagande : l'information de l'un est la propagande de l'autre.....	56

4.2 Commentaires sur les textes des internautes américains recevant et analysant les images de CNN, Fox News et Al-Jazeera.....	62
4.2.1 L'administration Bush et les médias américains.....	62
4.2.2 Selon les internautes de notre corpus, CNN et Al-Jazeera couvriraient deux guerres différentes.....	66
4.3 Commentaires sur les textes des internautes arabes recevant et analysant les images de CNN, Fox News et Al-Jazeera .....	71
4.3.1 L'administration Bush et le problème des images de guerre.....	71
4.3.2 « La conquête des cœurs et des esprits ».....	72
CHAPITRE V : ANALYSE ET INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS....	76
5.1 La culture des utilisateurs d'Internet détermine-t-elle leur perception des médias internationaux ?.....	76
5.1.1 Réception des programmes télévisés par les internautes québécois et européens.....	76
5.1.2 Réception des programmes télévisés par les internautes américains.....	83
5.1.3 Réception des programmes télévisés par les internautes arabes.....	87
5.2 L'« effet boomerang » et l'apparition de courants de pensée .....	89
5.3 L'influence de la télévision sur Internet.....	93
CONCLUSION.....	96
BIBLIOGRAPHIE.....	101

## RÉSUMÉ

Notre recherche porte sur la réception et la perception par des internautes québécois, européens, américains et arabes des images de guerre diffusées par CNN, Fox News et Al-Jazeera. Nous nous sommes intéressée à deux événements de la guerre en Irak : le cas des prisonniers irakiens torturés par les Américains dans la prison d'Abu Ghraib et la bataille de Falloujah pendant laquelle des mercenaires américains ont été tués et suspendus sur un pont devant les caméras du monde entier.

Le but de notre recherche est de comprendre et d'analyser comment les internautes-récepteurs perçoivent ces images et de quelle manière ils expriment leur opinion sur Internet. Pour ce faire, nous nous sommes appuyée sur les théories de la réception active développées par Stuart Hall, René-Jean Ravault et Tzvetan Todorov. Notre étude est une analyse qualitative des discours d'un nombre limité d'internautes afin de définir des grandes pistes de décodage. Elle ne se veut donc pas représentative de l'ensemble des perceptions disponibles sur Internet.

Nous avons défini trois hypothèses de recherche dont deux ont été amplement illustrées. Nous avons mis en évidence que la culture des internautes joue un rôle déterminant dans leur perception des produits communicationnels véhiculés par les trois chaînes, même si d'autres variables doivent être prises en compte. Nous avons observé ensuite, dans les discours de nos internautes, l'apparition de courants de pensée qui s'opposent à l'idéologie des chaînes de télévision internationales. Enfin, nous avons constaté que la télévision n'a qu'une faible influence sur Internet.

Nous avons conclu qu'en livrant leurs opinions, les internautes occultent leur propre rôle de récepteurs actifs et l'impact qu'ils peuvent avoir sur les usagers d'Internet qui, comme eux, sont critiques et disposés à recevoir la critique. De plus, le récepteur est fort actif dans son travail d'interprétation et de lecteur critique. En effet, sur Internet, le récepteur compare les sources entre elles et compare sa culture aux discours des médias. Les internautes-récepteurs cherchent, décident et agissent en fonction de leurs projets d'actions qui sont souvent reliés à leur culture d'appartenance et d'interprétation.

Mots clés : réception active, analyse qualitative, influence, Internet.

## INTRODUCTION

Créée en 1980 à Atlanta, la chaîne privée américaine CNN (Cable News Network) est devenue, après la guerre du Golfe de 1991, la figure emblématique du modèle de la télévision d'information en continu. En choisissant de diffuser en direct vingt-quatre heures sur vingt-quatre les images du conflit, la chaîne a instauré une forme de traitement médiatique davantage axée sur le sensationnalisme que sur un simple rapport des faits. C'est ce que Dominique Wolton (1991) appelle, dans son ouvrage *War game, l'information et la guerre*, « le paradigme CNN ». En effet, ce chercheur choisit d'étudier et d'analyser la couverture médiatique de la guerre du Golfe faite par CNN et, par la même occasion, l'apparition de la télévision spécialisée dans l'information en continu. L'auteur aboutit à la conclusion selon laquelle, CNN est le résultat d'une union entre le profit et l'information régie par la loi du direct. Il s'agit d'un renforcement de l'information-spectacle avec une dramatisation et une théâtralisation.

Cependant, en dépit des critiques liées au traitement des nouvelles diffusées par CNN, son modèle d'information continue a entraîné l'apparition de nombreux réseaux dans le monde (comme le réseau d'information en français de Radio-Canada RDI et le réseau anglais, News World de CBC) dont ceux faisant l'objet de notre recherche : Fox News, chaîne privée américaine créée en 1996 et Al-Jazeera, chaîne privée arabe née la même année.

Dans le cadre de notre mémoire, nous avons choisi de nous intéresser à CNN, Fox News et Al-Jazeera d'une part, parce qu'elles sont les chaînes d'information en continu les plus écoutées à travers la planète et d'autre part,

parce qu'elles proposent des traitements médiatiques différents sur la guerre en Irak et plus spécifiquement sur le sort des prisonniers de guerre. Ainsi, selon l'encyclopédie libre *Wikipedia*, les deux chaînes privées américaines (CNN et Fox News) restent les chaînes d'information les plus regardées aux États-Unis. Fox News, accessible à 85 millions de ménages aux États-Unis, est la chaîne d'information câblée la plus suivie bien que sa concurrente CNN. rejoint davantage de téléspectateurs mondiaux.

De façon plus ou moins explicite, ces deux réseaux défendent également leur appartenance politique. Certains commentateurs de Fox News ont notamment apporté un soutien au gouvernement américain lors de la guerre en Irak en 2003. Parallèlement, la chaîne arabe Al-Jazeera diffusée dans 35 pays, principalement du Proche-Orient, mais aussi d'Europe, offre d'autres points de vues sur l'actualité du monde arabe que ceux des grands médias européens ou nord-américains. Son mandat est le suivant : être la voix des Arabes qui n'ont aucune voix. Sa devise « l'opinion et l'autre opinion ». Elle souhaite exposer l'opinion officielle des régimes politiques en place et donner l'occasion à l'opinion opposée de s'exprimer avec les problèmes que cela peut engendrer.

Fox News et Al-Jazeera se sont donc développées en s'inspirant du modèle CNN basé sur l'information-spectacle. Il s'agit, pour nous, d'étudier la réception des informations émises par ces chaînes auprès des utilisateurs d'Internet et cela dans un contexte de conflit international. En effet, suite au déclenchement de la guerre en Irak le 20 mars 2003, de nombreux sites Internet se sont développés pour protester contre cette décision américaine arbitraire d'envahir l'Irak. Certes, cet événement ne sera pas le premier à susciter de vives réactions sur Internet mais il n'en reste pas moins majeur. Pendant que



les trois chaînes internationales tentent d'obtenir l'image la plus sensationnelle, des internautes, professeurs d'université et des journalistes québécois, américains, européens et arabes, *via* leurs sites Internet personnels, livrent leurs commentaires et parfois leurs critiques sur le traitement médiatique proposé par ces chaînes.

Notre démarche vise donc à mettre en évidence ces différentes perceptions et la manière dont elles prennent forme en fonction de variables surtout géographiques et culturelles. Comment les perceptions des internautes au sujet du traitement médiatique du conflit irakien varient-elles en fonction de leur origine géographique et culturelle? Existe-t-il des courants de pensée qui prennent naissance sur Internet et qui s'opposent à CNN, Fox News et Al-Jazeera? Nous essaierons, par notre étude, de répondre à ces questions.

Par ailleurs, devant l'impossibilité d'étudier ce phénomène dans sa totalité, puisque notre source d'information (Internet) est illimitée et mouvante, nous avons choisi d'adopter une démarche qualitative fondée sur une approche d'historien et d'anthropologue. En effet, il s'agit pour nous d'analyser avec précision et minutie les discours de nos internautes afin de comprendre leurs perceptions. Comme le font les juristes, nous tâcherons de fournir une analyse aussi équilibrée et juste que possible. Cependant, comme on le verra, les risques d'interprétations personnelles restent inévitables.

Ainsi, dans le premier chapitre, après une clarification de certains concepts importants, nous poserons les bases de notre problématique de recherche.

Nous consacrerons le deuxième chapitre au cadre théorique. Celui-ci reposera sur la théorie de la réception active développée entre autres par Stuart Hall et René-Jean Ravault. Nous définirons ainsi, plus clairement, l'objet précis de notre recherche ainsi que nos hypothèses de travail. La théorie de la réception active nous sera utile pour l'analyse du comportement des auteurs sur leurs sites Internet .

Le troisième chapitre, quant à lui, portera sur la méthodologie. Nous expliquerons tout d'abord les modifications que nous avons été contraintes d'apporter à l'analyse de notre corpus. Puis, nous développerons notre méthode d'investigation qui repose sur les travaux des anthropologues Arjun Appadurai et Tzvetan Todorov. Par la suite, nous définirons notre échantillon et sa représentativité tout en spécifiant les stratégies et les techniques choisies pour la réalisation de notre recherche.

Le quatrième chapitre exposera les principaux résultats. Nous décrirons les points essentiels des textes des différents internautes sélectionnés.

Le cinquième chapitre sera consacré à l'analyse et à la synthèse des résultats obtenus. Notre analyse sera faite en fonction de nos hypothèses de recherche définies dans le deuxième chapitre. Nous comparerons les différents textes de notre corpus pour rendre compte des différentes perceptions. Nous soulignerons les divergences et les similitudes dans la perception du traitement médiatique de CNN, Fox News et Al-Jazeera. Si toutefois ces divergences et ces similitudes existent.

Enfin, le sixième chapitre sera une synthèse de notre démarche et une réflexion épistémologique.

## CHAPITRE I

### PROBLÉMATIQUE GÉNÉRALE

#### 1.1 Clarification de certains concepts

Lors de notre recherche, nous nous évertuerons de clarifier certaines notions dont le sens peut porter à confusion. Ainsi, les concepts : « message », « réalité », « vérité » sont à préciser. Le terme « message » devra être réservé au sens ou à la signification que les rédacteurs de textes Internet projettent sur les « produits communicationnels » que véhiculent les chaînes de télévision : CNN, Fox News et Al-Jazeera lorsqu'ils les appréhendent pour les critiquer.

Les concepts de « réalité » et de « vérité » sont à utiliser avec précaution, dans la mesure où ils dépendent toujours de la perception des individus et varient en fonction de cette dernière. Personne n'a un accès privilégié à la réalité et c'est bien ce qui constitue le fondement de toute démocratie. Nous ne pouvons prétendre détenir le sens exact de la réalité et de la vérité, de même que nous ne pouvons les appréhender pleinement. Il est donc important de placer ces notions dans tout ce qu'elles comportent de relativité et de subjectivité. Ces notions font partie intégrante de notre recherche, et pour Edgar Morin et Tzvetan Todorov, elles permettent d'éviter « la simplification scientiste ». Todorov dans son ouvrage *La Conquête de l'Amérique* (1982) condamne et critique le scientisme qui réduit la connaissance de l'«Autre» à un simple objet. Aussi, dans son livre *Science avec Conscience* (1982), Morin définit la simplification ainsi :

Le simple exclut le compliqué, l'incertain, l'ambigu, le contradictoire. À phénomènes simples correspond théorie simple. Toutefois, on peut appliquer la théorie simple sur des phénomènes compliqués, ambigus, incertains. On fait alors de la simplification. Le problème de la complexité est celui que posent des phénomènes non réductibles aux schémas simples de l'observateur. C'est donc supposer que la complexité se manifestera d'abord, pour cet observateur, sous forme d'obscurité, d'incertitude, d'ambiguïté, voire de paradoxe ou de contradiction [...]. Il est toujours possible de rejeter le complexe à la périphérie, pour ne retenir que le simplifiable, et décider que le simplifiable est le scientifiable.

Toutefois, cela devient, dans toutes les sciences (sauf singulièrement dans les sciences humaines dont l'objet est pourtant le plus complexe de tous, mais qui précisément se sentent désarmées par tant de complexité) de moins en moins facile. (Morin, 1982, p. 276-277)

Nous devons donc prendre en considération le dilemme qui existe entre la complexité et la simplification dans toute démarche scientifique. Pour Morin, il est important pour l'observateur qui mène son étude d'éviter l'écueil de la simplification car celle-ci conduit à la réduction, c'est-à-dire à une connaissance scientifique de son objet d'étude réduite et, par conséquent limitée à ce qui est mesurable et donc quantifiable. La complexité autorise la contradiction et l'incertitude de l'observateur. Elle est, comme le souligne Morin (1982, p. 299), « un travail de coopération et d'antagonisme ». Or, la complexité ne pouvant se résumer par une simple formule, Morin propose alors un paradigme de complexité qu'il oppose au paradigme de simplification. Ainsi, il nomme paradigme de complexité « l'ensemble des principes d'intelligibilité qui, liés les uns aux autres, pourraient déterminer les conditions d'une vision complexe de l'univers (physique, biologique, anthropo-social). » (1982, p. 309) Contrairement au paradigme de simplification qui isole l'objet étudié de son environnement et du contexte socio-culturel du chercheur, le paradigme de complexité réintègre le sujet humain dans la relation entre l'objet

observé et l'observateur. De plus, il prend en considération les apories, les contradictions et les contraintes auxquelles peut mener l'observation. Aussi, nous devons, dans notre travail, nous efforcer de saisir les concepts que nous avons précédemment évoqués dans ce qu'ils ont de plus insaisissable et complexe afin d'éviter toute simplification et donc quantification.

## 1.2 Problématique

Que ce soit pour dénoncer le modèle d'information continue en temps réel qui transforme la « réalité » en spectacle et qui fait de la « vérité » un accessoire dans le sens où celle-ci tendrait à disparaître pour laisser la place à l'émotion et au sensationnalisme ; pour fustiger le caractère propagandiste que prennent les discours émis par les chaînes CNN, Fox News et Al-Jazeera ; pour analyser, commenter et critiquer les images et les propos tenus pendant la guerre par ces chaînes ou tout simplement pour proposer un boycott radical des chaînes, de nombreux internautes aux États-Unis, en Europe et au Proche-Orient expriment leurs opinions *via* des sites Internet.

Cependant, il ne s'agit pas uniquement pour ces utilisateurs de pratiquer un simple décryptage du traitement médiatique de cette guerre. Ils proposent en même temps une nouvelle perception des chaînes qui semble varier en fonction de critères géographiques, culturels, religieux et économiques. Ces internautes sont des journalistes de médias traditionnels ou d'Internet, des professeurs d'université et des conférenciers. Le choix de ces trois catégories d'utilisateurs s'est fait à partir d'une recherche préalablement effectuée sur Internet qui a abouti à la conclusion suivante : notre public cible appartient à une catégorie

socioprofessionnelle privilégiée qui a facilement accès à Internet. Ce public a déjà un intérêt marqué pour la politique étrangère et consulte régulièrement les nouvelles internationales. Ces utilisateurs d'Internet sont pour la plupart les créateurs des sites. Ils sont auteurs des propos et des opinions qu'ils diffusent sur ces derniers. Ils appartiennent à des zones géographiques différentes telles que les États-Unis, le Québec, le Proche-Orient (Palestine, Égypte) et l'Europe (France, Italie, Suisse, Luxembourg). Ils dépendent par conséquent, de cultures différentes notamment américaine, arabe et européenne mais également à des religions différentes : chrétienne ou musulmane. Ces utilisateurs, capables de pouvoir comprendre et analyser le traitement médiatique de la guerre fait par CNN, Fox News et Al-Jazeera semblent être suffisamment instruits pour en saisir les rouages.

La question principale du mémoire est la suivante :

Comment ces utilisateurs d'Internet originaires de zones géographiques et culturelles différentes reçoivent et décodent les informations liées aux prisonniers de guerre en Irak diffusées par les trois chaînes de télévision ? Comment expriment-ils leur opinion sur Internet ?

## CHAPITRE II

### CADRE THÉORIQUE

#### 2.1 La théorie de la réception active

Pendant longtemps, de nombreux courants de pensée en communication, et plus spécifiquement en communication de masse, se sont efforcés de démontrer l'omnipotence des médias et la passivité quasi-systématique des récepteurs face aux produits communicationnels envoyés par ces derniers. Il était donc clair pour ces chercheurs que les médias construisaient et contrôlaient le contenu des « messages » qu'ils souhaitaient envoyer à leur public. Lequel public ne pouvait qu'accepter convenablement et sagement ces « messages ». Ce modèle victimisant de la communication de masse a cependant été remis en question par certains chercheurs qui replacent l'interaction sociale au centre de la réception des médias de masse.

Les travaux d'Edward Shills et Morris Janowitz seront pertinents pour notre recherche. Pour démontrer les effets limités des médias, ils ont utilisé le concept de propagande. Celle-ci est utilisée par l'émetteur pour influencer le récepteur. Dans leur célèbre article, *Cohésion et désintégration de la Wehrmacht* (1966) ils analysent, entre autre, l'effet des tracts de propagande des Alliés sur les troupes allemandes que l'on croyait démotivées à la fin de la Seconde Guerre mondiale. Ils constatent que les troupes allemandes se sont servies de ces tracts pour se remotiver et combattre. Les auteurs mettent l'accent sur l'importance de la cohésion et de l'interaction sociale au sein de la

Wehrmacht. Les motivations du soldat pour se battre, comme pour résister tiennent à une socialisation organisationnelle mise en place dans l'armée allemande. L'influence des réseaux interpersonnels d'appartenance sur l'individu est plus importante que celle des médias et, à fortiori, de médias identifiés comme ceux de l'ennemi national. Le paradigme des effets des médias considérés comme intrinsèquement puissants est considérablement limité par le fait qu'il occulte l'importance du rôle que jouent les interactions sociales des destinataires lorsqu'ils décodent ces médias, transformant ainsi leurs contenus objectifs ou « produits communicationnels » en « messages » qu'ils personnalisent ainsi en fonction de leurs relations interpersonnelles présentes, passées et imaginées. La propagande perd donc beaucoup de son efficacité.

Paul F. Lazarsfeld dans *The people's choice* (1944) va plus loin dans l'analyse des effets limités des médias. En menant une recherche auprès de 600 électeurs du comté d'Erie dans l'Ohio pendant la campagne présidentielle de 1940, il démontre que le vote n'est pas uniquement un choix individuel aléatoire ou le résultat des campagnes électorales orchestrées par les médias. Le vote repose surtout sur trois variables sociales qui sont la classe, la religion et l'appartenance géographique. Les relations au sein de la famille et des groupes d'amis expliquent la décision politique lors du vote et son évolution dans le temps.

Cette recherche permet à Lazarsfeld de réintroduire l'importance des réseaux sociaux dans l'analyse des médias et de démontrer l'importance des « leaders d'opinion ». Ces derniers se distinguent par leur forte attention aux médias d'information et par leur capacité de retraduction des enjeux politiques dans la



conversation quotidienne. Ils sont les intermédiaires entre le processus d'information et de décision. Le flux de communication n'est plus seulement dirigé sur le récepteur. Il est indirect et passe par les « leaders d'opinion ».

Paul Lazarsfeld approfondit la théorie de la communication à deux étages dans le livre *Personal influence* (1955) qu'il co-écrit avec Elihu Katz. En cherchant à étudier les déterminants des choix dans les domaines des biens de consommation, Lazarsfeld et Katz prouvent que les relations interpersonnelles sont plus importantes que les médias dans la prise de décision conduisant à l'action. Les choix sont davantage influencés par les « leaders d'opinion » que par la publicité par exemple. Ces « leaders d'opinion » font donc partie intégrante de la société et peuvent être à la fois « leaders » dans un domaine et suiveurs dans l'autre. L'étude de ce flux communicationnel à deux étages ou « the two-step flow of communication » a recentré les études des médias de masse sur l'interaction sociale et l'importance des réseaux interpersonnels. Par l'importance du rôle de décideur des « leaders d'opinion », la théorie simple sur le modèle victimisant des médias de masse s'affaiblit considérablement. Les médias ont donc un effet indirect et limité.

Lee Thayer, dans *Communication and communication systems* (1968, p. 123) propose aussi une conception de la communication qui présente l'originalité de reposer sur ce qui se passe d'abord dans l'esprit et le cœur de l'être humain au niveau « intrapersonnel ». Ce qui lui permet de souligner que la réception d'un produit communicationnel dépend de variables propres à la psycho-sociologie et au contexte culturel et historique du destinataire qui dépassent de beaucoup le simple contenu informationnel de ce que l'émetteur a diffusé.

D'autres études ont été menées sur la réception, notamment celle de Michel De Certeau qui a développé la conception la plus « élégante » de la réception. Dans le premier tome de *L'invention du quotidien (Arts de faire, 1980)*, il décrit la relation entre producteurs et consommateurs de sens comme étant inégalitaire. Pour décrire et comprendre cette relation, il utilise la métaphore du serf au Moyen-Âge. Les producteurs de sens (les émetteurs ou les propriétaires des médias) sont des seigneurs possédant des terres dont ils règlementent l'accès et l'usage à l'aide de stratégies. Les consommateurs de sens (les lecteurs ou les destinataires) sont des serfs qui « braconnent » sur les terres des seigneurs en n'usant que de tactiques. Mais, les seigneurs arrivent quand même à imposer leurs idéologies par leur possession des structures diffusionnistes. Enfin, la résistance du destinataire de De Certeau ne se fait qu'au niveau de l'univers imaginaire quotidien du destinataire et n'a pas de grandes conséquences sur sa vie politique et professionnelle. La théorie de De Certeau s'apparente donc aux aspects gratifiants de l'École Usages et Gratifications ainsi qu'à ceux d'une association des Études Littéraires Critiques avec les « Cultural Studies » britanniques.

Toutefois, notre recherche porte non pas sur les utilisations des médias à des fins de gratification ou de création artistique personnelles mais sur l'utilisation des productions médiatiques dans le but d'informer des projets d'actions politiques, économiques ou stratégiques comme l'ont envisagé Shills et Janowitz, René-Jean Ravault, et surtout, Tzvetan Todorov. Pour eux, il est évident que les récepteurs-décideurs-acteurs, (mercenaires allemands, décideurs économiques allemands et japonais, leaders extrémistes iraniens ou terroristes et surtout Cortés, lors de la conquête de l'Amérique) jouent un rôle stratégique et ultimement déterminant alors que l'émetteur est souvent réduit à

développer des tactiques dont le succès temporaire est limité à l'univers des industries du spectacle et de la culture. Les études transdisciplinaires et transversales de ces chercheurs, combinant les approches de la communication humaine avec la géopolitique, les études stratégiques et l'étude du commerce et de l'économie mondiale relèguent les travaux des « Cultural Studies et des Études Littéraires Critiques » à l'élégance des débats littéraires mondains.

Ainsi, ces chercheurs ont replacé le récepteur au cœur de la communication. Le récepteur n'est donc plus cette masse silencieuse qui « absorbe » sans rien dire toutes les informations que les médias lui envoient, mais bien un acteur à part entière qui refuse ou accepte totalement ou en partie de prendre en compte les produits communicationnels et les décode ou les traduit, comme dirait Stuart Hall, en fonction de facteurs sociaux, culturels, religieux, économiques qui interagissent entre eux. Toutefois, la théorie du contrôle social persiste encore aujourd'hui auprès de certains théoriciens inscrits dans le domaine des politiques nationales et internationales pour expliquer la domination économique, culturelle, idéologique des pays du Nord sur les pays du Sud. Mais, même à ce niveau, des résistances de la part des récepteurs étrangers (ceux du Sud en l'occurrence) sont perceptibles.

C'est l'étude de cette forme de résistance développée par les internautes face aux produits communicationnels envoyés par les médias américains et arabes, à propos de la guerre en Irak, qui sera retenue pour notre recherche. En cela, nous pouvons nous appuyer sur les travaux de l'anthropologue Arjun Appadurai. Dans son livre, *Après le colonialisme, les conséquences culturelles de la globalisation* (2001), il montre que l'explosion des médias électroniques (comme Internet), dans un monde postmoderne et postcolonial, a rendu

possible de nouveaux et imprévisibles déploiements de l'imaginaire collectif. Cet imaginaire véhiculé par les médias de masse constitue une arme de résistance face aux dominants. Il permet à la culture dominée de s'emparer d'un contenu qui lui est imposé pour lui redonner un sens nouveau. Les médias électroniques offrent aux récepteurs des moyens de subversion et d'affirmation. L'imaginaire pour Appadurai, s'inscrit alors dans une dimension transnationale dans laquelle les récepteurs ne sont plus limités par les frontières des États. Dans ces nouvelles sociétés en mouvance, l'auteur rappelle le rôle important des nouvelles formes de communication électronique qui permettent la circulation de l'information, des opinions des débats et cela dans un contexte de globalisation où interagissent et se combinent différentes sortes d'ethnonationalismes.

Ainsi, les études sur la réception active constituent notre cadre théorique, notamment les travaux de Stuart Hall et de René-Jean Ravault, mais aussi les études de réception sur la série « Dallas » proposées par Ien Ang. Les études de la série télévisée « Dallas » ont permis de mettre en évidence l'importance de prendre en considération le contexte médiatique, social, culturel et l'état émotionnel dans lequel le récepteur d'un produit communicationnel se trouve au moment où il le reçoit. Elles ont également démontré qu'il y a, dans la manière dont les téléspectateurs perçoivent la série des enjeux à l'œuvre dans l'opposition entre une idéologie de la culture de masse et une idéologie populiste. La première idéologie, considérée comme plus intellectuelle, repose sur la distinction entre la bonne et la mauvaise culture, exclut le concept de plaisir et est régie en partie par les institutions sociales. Cependant, ce point ne sera pas développé dans notre recherche. La seconde idéologie quant à elle, s'appuie sur le désir de chacun de suivre ses

choix, ses passions et ses plaisirs sans sentiment de culpabilité. Selon Ang (1985), cette idéologie populiste se rapproche de ce que Bourdieu nomme « l'esthétique populaire » et on rejoint, par la même occasion, les travaux de De Certeau.

Cette idéologie est fondée sur la reconnaissance de la notion de plaisir vécu comme un plaisir propre à chacun, différent d'une personne à l'autre et d'une situation à l'autre. « L'esthétique populaire » s'inscrit dans la quotidienneté des pratiques culturelles populaires contrairement à l'idéologie de la culture de masse. La réflexion de Ang sur la place prépondérante du téléspectateur dans la perception d'un produit communicationnel et sur la construction des multiples interprétations qu'il peut avoir de ce produit en fonction de variables culturelles, sociales, et idéologiques nous permettent de mieux saisir comment le sens d'un « message » se construit chez le récepteur.

Nous nous appuyons particulièrement sur les notions de « codage/décodage » proposées par Stuart Hall pour comprendre les différentes positions que peuvent adopter les auteurs des sites Internet face aux produits communicationnels de CNN, Fox News et Al-Jazeera.

Hall (1984, p.35) considère que toute société ou culture impose ses classifications du monde social, culturel et politique. Ses classifications constituent ce qu'il nomme « l'ordre culturel dominant ». Pour lui, les différents secteurs de la vie sociale semblent avoir été cartographiés en domaines discursifs hiérarchiquement organisés en sens dominants ou préférés. Il parle de sens dominants ou préférés dans la mesure où ils sont régis par un ordre social établi. Dans cet ordre établi et dominant, un événement qui

ne semblerait pas aller de soi ne pourrait avoir un sens que replacé dans ces domaines discursifs. Il est donc nécessaire qu'il y ait un travail d'interprétation pour décoder un événement.

Ce travail interprétatif joue un rôle important dans les pratiques de diffusion à la télévision. En effet, les producteurs et diffuseurs de discours télévisuels agissant au sein du mode dominant peuvent se retrouver face à des téléspectateurs qui n'y adhèrent pas toujours ou le déforment. Cette opposition a longtemps été appelée « perception sélective » ou arbitraire du destinataire. Hall réfute cette notion car, pour lui, elle n'est jamais aussi sélective et aléatoire qu'on le prétend. Pour lui, des rapports de forces socio-économiques ou interethniques interviennent dans ce processus de sélection par le destinataire. Et ces forces ne relèvent pas du libre arbitre mais de l'identité, de l'histoire et de la position géopolitique globale ou nationale du destinataire. Aussi, tenant compte de ces variables socio-économiques, politiques ou identitaires, comme réponse aux codages des médias, Hall suggère que les destinataires puissent idéalement adopter trois positions de réception ou de décodage. Même si les moments de codage et de décodage sont liés pour qu'un échange communicationnel puisse avoir lieu, Hall soutient qu'il n'y a pas de correspondance nécessaire entre le codage et le décodage.

La première position type est celle qui correspond au mode hégémonique. Dans cette position, le récepteur est passif et n'oppose aucune forme de résistance aux messages émis par les médias. Le décodage du public serait équivalent au codage des médias. Dans cet idéal de « communication parfaitement transparente » (Hall, p. 37), apparaît une position produite par ce que Hall nomme « le code professionnel ». Ce code qui est de nature technique

(par exemple : le choix des images, la mise en scène des débats, etc.) sert à reproduire les définitions hégémoniques et à les orienter insidieusement vers l'idéologie dominante.

La seconde position est celle du mode négocié où le récepteur accepte une partie du « message émis » mais l'adapte ou s'y oppose en partie. Dans cette position des contradictions apparaissent dues aux disjonctions qui existent entre l'idéologie dominante qui semble être reconnue et la position du récepteur qui est plus situationnelle et corporatiste, et qui adopte ses propres règles. Selon Hall, ces codes négociés obéissent à des logiques de pouvoir.

La troisième position, quant à elle, est celle du mode oppositionnel par lequel le récepteur oppose l'idéologie à laquelle il adhère à celle dont il critique les connotations. Une telle situation se produit quand le récepteur appartient à un mouvement d'opposition qui a développé son propre code de démystification. Ce décodage se produit généralement lorsque les organismes émettant des discours à définitions hégémoniques sont en crise. Par ailleurs, le décodage d'événements de manière négociée peut entraîner une lecture oppositionnelle.

Ravault reprend les travaux de Hall en y apportant des précisions. Pour lui, la plupart des chercheurs sur la réception active se réfèrent à la deuxième façon de décoder les « messages ». Nous pouvons constater que le refus du « message » de l'idéologie dominante procure aux destinataires le sentiment du bien-fondé de leurs idéologies opposantes, alors que l'adaptation du message assure à l'émetteur son existence. L'application de la première façon de décoder les produits communicationnels médiatiques est rare parce que les récepteurs appartenant à la communauté pour laquelle et par laquelle des

« messages » sont émis, décodent les « messages » suivant les mêmes termes de référence que ceux qui ont été utilisés pour les produire et les diffuser. Le récepteur opère alors à l'intérieur du code dominant. Concernant la troisième manière de décoder, il s'agit de ce que Ravault (1986) nomme l'effet « boomerang » ou l'impact contre-communicatif des médias étrangers. Le récepteur détourne les produits communicationnels pour s'en servir contre ceux qui se trouvent derrière les médias qui envoient ces produits.

Par ailleurs, Ravault reprend les travaux de Thayer et note que le destinataire crée un sens au produit communicationnel qu'il reçoit en prenant en compte sa propre perception de la situation, ses propres intentions et ses propres besoins, sans oublier ses précédentes interactions avec l'émetteur. Il explique que la représentation que se fait le récepteur de l'auteur du « message », l'orientation idéologique du groupe auquel le destinataire appartient et la valeur qu'il accorde à son groupe d'appartenance agissent comme des mécanismes sociaux susceptibles de lui permettre de donner le sens qu'il attribue aux « produits communicationnels », les transformant ainsi en « messages ».

Cette nécessaire socialisation du récepteur pour comprendre les « messages » de l'émetteur se fait au travers de ce que Ravault (1986) appelle les réseaux de « coersédution ». Il utilise ce néologisme pour définir un facteur déterminant de la socialisation de l'homme en se basant sur les travaux de Durkheim pour qui ce facteur de socialisation est la coercition sociale, et sur les travaux de Trade pour qui ce facteur découle, au contraire, de la séduction. Pour Ravault, ce sont les réseaux interpersonnels ou réseaux de « coersédution » du récepteur qui sont primordiaux dans l'élaboration du sens d'un « message ». La socialisation du récepteur joue un rôle majeur dans la



façon dont ce dernier s'approprie le « produit communicationnel » et décide de le décoder pour en faire « un message ». La reconnaissance du rôle des réseaux de « coersédution » permet alors de démontrer l'effet limité des médias sur le récepteur et de mettre l'emphasis sur le rôle des « leaders d'opinion » qui peuvent influencer l'appropriation d'un « message » mais aussi son interprétation et la capacité du récepteur à agir face à ce « message ». La place de ces « leaders d'opinion » peut nous aider à comprendre comment certaines informations peuvent apparaître et se diffuser sur Internet en étant créées et véhiculées par un groupe de personnes. Cependant, il peut nous paraître difficile d'identifier les liens de « coersédution » vu l'étendu du réseau Internet. De plus, la « coersédution » ne peut se jouer que dans les rituels interpersonnels vécus *in vivo*.

Ainsi, dans le cadre de notre recherche, nous nous appuierons sur les trois manières types de décoder proposées par Hall et précisées par Ravault. Il s'agit pour nous de déterminer quelle est la position adoptée par les internautes arabes, américains et européens pour donner du sens aux discours de CNN, Fox News et Al-Jazeera.

Nous considérons que la réception des « messages » faite par les internautes au sujet des images des prisonniers de guerre pendant le conflit irakien est un processus d'interprétation, de négociation du sens et d'appropriation selon un code culturel bien déterminé régi par un processus de « coersédution » propre à une communauté donnée possédant son propre code de démystification.

## 2.2 L'objet précis de la recherche

Si les études en communication se sont toujours placées du côté de la production et de la diffusion des produits communicationnels considérés, trop rapidement, comme des « messages », la théorie de la réception active, non seulement redonne sa place et son importance au récepteur, mais elle met également en exergue des variables déterminantes qui peuvent influencer l'interprétation et l'appropriation des « messages » par le récepteur. La culture du récepteur, sa religion, son origine sociale, la zone géographique dans laquelle il se trouve ainsi que les réseaux interpersonnels sont des facteurs qui déterminent l'interprétation d'un « produit communicationnel ». Le destinataire est toujours pris dans un système d'interactions qui lui permet de construire le sens du produit qu'il reçoit. Il est actif.

C'est dans ce contexte que s'inscrit notre recherche. En effet, pour pouvoir comprendre et analyser ce que les internautes font des informations émises par les chaînes américaines CNN, Fox News et par la chaîne arabe Al-Jazeera, il est nécessaire de considérer que ces derniers ne sont pas des individus évoluant seuls devant leur ordinateur mais plutôt des personnes prises dans un système de pensée, de croyance et de réseaux interpersonnels qui leur sont propres.

En effet, dans le domaine des communications internationales, comme le souligne Ravault (1986, *Défense de l'identité culturelle par les réseaux traditionnels de « coersédution »*, p. 276-277), les réseaux interpersonnels et traditionnels de « coersédution » auxquels le récepteur appartient jouent un rôle plus déterminant que les médias conventionnels qui véhiculent des produits de communication importés. Ces réseaux traditionnels de

communication interpersonnelle permettent alors au récepteur d'une part, d'identifier ces produits comme « étrangers », d'autre part, ils fournissent au récepteur le code d'interprétation à partir duquel il s'approprie le produit. La culture et les rituels de « coerseduction » s'opposent alors aux conceptions réductrices de la communication.

De plus, dans le cadre de notre travail, ces internautes qui possèdent des personnalités distinctes évoluent tous dans un contexte géographique, politique, culturel et religieux bien différent. Ils ne sont pas exposés de la même manière aux différents médias (presse écrite, télévision ou Internet) et à leurs produits, ce qui crée de multiples interprétations d'un même programme selon que l'internaute se trouve aux États-Unis, au Québec, au Moyen-Orient ou en Europe. Il s'agit alors de considérer le récepteur comme prenant une part active dans l'acte de communication ; le sens de la communication se révélant dans l'action. En effet, le destinataire d'un produit communicationnel n'est pas passif face au produit qu'il reçoit. Il peut choisir de l'accepter ou pas. Sa culture et surtout les réseaux interpersonnels dans lesquels il est pris ou encore son contexte géographique sont des facteurs qui peuvent influencer l'interprétation qu'il fera de ce produit communicationnel. Le sens de ce produit se construit. Il ne va pas de soi et ne peut être imposé par les grandes instances médiatiques. Le récepteur est actif et joue un rôle important dans l'interprétation d'un produit communicationnel. De même, les membres de ses réseaux interpersonnels jouent un rôle. Ces derniers ont une influence plus importante que les médias sur le récepteur car ils agissent comme des « leaders » dont l'opinion sur les médias et leurs produits déterminent le sens que le récepteur donnera à ces produits. Autrement dit, c'est en tenant compte de l'avis de ces leaders que le récepteur construit en partie le sens du produit médiatique. C'est parce qu'il

interprète le produit communicationnel selon les facteurs que nous avons cités précédemment que le sens de ce produit se construit. Ce produit communicationnel devient alors le « message » conçu et compris par le destinataire. Cette construction de sens sera donc différente d'un récepteur à l'autre. Chacun construisant le sens d'un produit communicationnel à partir de sa culture, de ses interactions sociales, de son origine géographique et de son histoire personnelle (son historicité).

### 2.3 Hypothèses de recherche

Pour notre recherche, nous avons choisi de nous intéresser au conflit irakien, plus spécifiquement à la question du traitement médiatique des prisonniers de guerre irakiens et américains. En effet, deux événements ont fait l'objet d'une couverture médiatique alors très importante: les tortures et les humiliations infligées aux détenus irakiens dans la prison d'Abu Ghraib en 2003 et la bataille de Falloujah en avril 2004 au cours de laquelle les corps d'Américains, violemment assassinés, ont été traînés puis suspendus à un pont devant les caméras du monde entier. Ces faits ont été couverts par CNN, Fox News et Al-Jazeera, mais de manière différente. La vision du monde de chaque chaîne étant principalement liée à sa ligne éditoriale et à son orientation politique. Sur les trois chaînes, les images liées à ces événements ont suscité de nombreux commentaires et soulevées de nombreuses questions éthiques et morales. Cependant ce qui nous intéresse ici est la façon dont les utilisateurs d'Internet ont perçu ces images diffusées par ces trois chaînes, comment ils les interprètent et quelles sont les variables influençant leur interprétation d'un même événement. L'objet de notre recherche peut ainsi être défini comme

l'analyse des discours et des opinions véhiculées sur Internet au sujet du traitement des détenus du conflit irakien proposés par les trois chaînes de télévision internationales (CNN, Fox News, Al-Jazeera).

Notre travail vise d'une part, à décrypter et à commenter les discours et d'autre part, à analyser à partir des théories sur la réception active la perception de ces médias internationaux en tenant compte de variables surtout géographiques et culturelles fortement différentes de leurs destinataires. Nous avons fait le choix de ne pas nous intéresser aux variables religieuses et économiques car elles sont difficiles à découvrir compte tenu du fait que nous travaillons à partir de données existant sur Internet. Pour vérifier ces variables, il nous faudrait réaliser des entretiens, ce qui n'est pas ici le but de notre recherche. Nous analysons des discours.

Notre première hypothèse de recherche sera la suivante : la culture des utilisateurs d'Internet recevant les images des prisonniers de Falloujah et d'Abu Ghraib diffusées par les trois chaînes internationales joue un rôle déterminant dans la façon dont les médias internationaux sont perçus. Nous avons évoqué antérieurement l'importance de la culture dans la construction du sens d'un « message » par le récepteur. Provenant de pays différents donc de cultures distinctes, les internautes interprètent les produits communicationnels en fonction de la culture à laquelle ils appartiennent. Elle prédétermine leur manière d'interpréter les images et les informations de CNN, Fox News et Al-Jazeera. Ainsi, un internaute américain, québécois ou palestinien peut concevoir certains « messages » plutôt que d'autres. D'autres variables comme la zone géographique déterminent aussi la manière dont le récepteur

appréhende tout produit communicationnel. Elles participent également à la construction du sens de ces produits.

Notre seconde hypothèse de recherche sera liée à la possible apparition de courants de pensée s'opposant à CNN, Fox News et Al-Jazeera. Il s'agit de savoir comment apparaissent ces courants. En effet, dans un contexte de globalisation des médias de masse, se trouvant souvent dans une situation de frustration et d'insatisfaction par rapport à la puissance dominante, confortés par leurs réseaux interpersonnels, les récepteurs étrangers détournent les produits communicationnels du pays d'origine des objectifs qui leur avaient initialement assignés. Ces « messages » ainsi détournés et transformés deviennent des « armes » pour lutter contre « l'impérialisme ou l'hégémonie » du pays émetteur. Pour pouvoir illustrer cela, nous nous fondons sur Todorov (1982) pour qui la réception active est orientée vers l'action stratégique d'acteurs géopolitiques et non vers la gratification qu'éprouveraient d'éventuels lecteurs–créateurs de sens en quête de réactions tactiques comme Michel De Certeau et les adeptes des Cultural Studies l'ont soutenu.

En relatant les succès de Cortés, Todorov soutient de façon persuasive que ces derniers sont reliés à sa capacité de décoder la culture de l'empereur aztèque Moctezuma. Cortés cherche d'abord à comprendre et à interpréter les signes de la culture aztèque pour s'en servir contre le peuple autochtone et le détruire. Il retient et exploite les informations transmises par les Indiens et les déforme en partie. La maîtrise des signes par Cortés lui assure le contrôle de l'empire aztèque et la compréhension des leaders de la communauté. Il peut alors manipuler les chefs locaux pour arriver à ses fins. Ainsi, dans le cadre de notre mémoire, nous souhaitons savoir s'il existe des données émises par les chaînes

de télévision américaines et arabes que les internautes se sont appropriés pour les détourner de leur but premier afin de les réutiliser pour contester la manière dont ces chaînes traitent une information. C'est ce que Hall nomme « le mode oppositionnel » dans la réception active. Ravault, en se référant aux travaux de Shills et Janowitz sur le détournement de la propagande des Alliés par la Wehrmacht, va plus loin en parlant de « l'effet boomerang ». Ainsi, face au traitement médiatique des prisonniers du conflit irakien, les récepteurs américains ont-ils déformé les propos émis par Al-Jazeera pour s'en servir contre la chaîne? Les informations de CNN ou de Fox News sont-elles perçues par les internautes arabes et français comme des informations provenant d'un ennemi ou d'un ami dangereux qu'il est bon de dénoncer? Existe t-il une nouvelle forme de terrorisme qui apparaît ? De quelle manière apparaît-elle? Vers qui est-elle dirigée?

Puis, notre troisième hypothèse portera sur la possible influence de la télévision sur Internet. Karine Frémont (2006) dans son ouvrage, *La télévision mène-t-elle le monde?*, considère que la télévision peut avoir une certaine influence sur l'opinion publique (elle parle ici de l'opinion publique nord-américaine) mais à condition que la politique gouvernementale étrangère américaine soit incertaine. Selon l'auteure, l'influence de la télévision sur son public national est indirecte et limitée pour plusieurs raisons. Les liens économiques étroits entre les dirigeants des grands groupes médiatiques et les membres du gouvernement ou encore la fermeté de la politique étrangère américaine concernant les interventions militaires sont des exemples. La télévision n'est donc plus un lieu démocratique permettant l'expression d'opinions diverses. Elle est soumise à un « diktat » économique. Les médias contrôlés par le pouvoir économique sont donc soumis aux règles de l'offre et

de la demande, comme tout autre produit destiné à faire des profits. Karine Frémont (p.189) souligne alors que nous assistons surtout à « des stratégies commerciales visant à rentabiliser l'information à court terme ». Elle ajoute que « non seulement la population est mal servie par cette façon de faire » mais que « la démocratie en général finira par s'en ressentir ».

Pour lutter contre les effets négatifs de la commercialisation de l'information et pour que la télévision retrouve son rôle de gardienne de la démocratie, Frémont rappelle que, pour certains auteurs, Internet apparaît comme le seul nouveau lieu démocratique. Lieu qui permettrait d'une part, l'expression de diverses opinions, d'autre part, la possibilité pour les téléspectateurs d'avoir d'autres sources d'information que les médias traditionnels. Internet resterait le seul médium non contrôlé par les grandes groupes de presse. Il serait alors le seul capable de contrebalancer le pouvoir politique.

Ainsi dans notre recherche, nous nous efforcerons de savoir si les images de guerre diffusées par CNN, Fox News et Al-Jazeera perçues par nos internautes ont permis l'expression d'opinions sur le caractère démocratique d'Internet face à la télévision. Nous chercherons à savoir si la perception de ces images telle qu'exprimée par les internautes apparaissent comme une action plus facile à faire sur Internet qu'à la télévision. Les internautes-récepteurs de notre corpus percevraient-ils Internet comme un nouveau lieu démocratique, plus libre que la télévision, où divers points de vue peuvent s'exprimer sans crainte de censure?



Nous avons donc choisi de nous intéresser au traitement médiatique proposé par CNN, Fox News et Al-Jazeera, de deux événements de la guerre en Irak : la détention d'Irakiens ayant subi des tortures et des humiliations dans la prison d'Abu Ghraib en 2003 et les violences infligées aux mercenaires américains lors de la bataille de Falloujah en 2004. Nous nous intéressons aux perceptions de ces chaînes par nos internautes. Ainsi, à partir de l'analyse des discours produits et émis sur Internet par nos internautes préalablement choisis (des journalistes, des conférenciers et des professeurs d'université), nous cherchons à dégager plusieurs pistes de réflexion. Tout d'abord l'influence de la culture dans la perception des médias internationaux, puis la possible apparition de courants de pensée s'opposant au traitement médiatique de CNN, Fox News et Al-Jazeera et, à partir de là, nous essaierons d'évaluer l'influence de la télévision sur Internet et l'apparition d'un nouveau lieu d'expression non censuré d'opinions différentes.

## CHAPITRE III

### CADRE MÉTHODOLOGIQUE

#### 3.1 Justification du changement méthodologique

Nous avons initialement proposé d'utiliser l'analyse de contenu comme méthode d'investigation mais nous ne pouvons pas nous appuyer sur cette dernière pour plusieurs raisons. L'analyse de contenu étant une méthode propre à la linguistique et à la sémiologie (même si elle tend à être de plus en plus critiquée par celles-ci), elle ne peut pas s'appliquer à notre recherche car elle omet de prendre en considération la dimension culturelle qui existe chez le récepteur comme chez le chercheur qui, lui aussi, est un récepteur actif. La notion de « culture » du destinataire constitue un des éléments centraux de notre recherche.

Pour démontrer l'incompatibilité des études de la réception avec l'analyse de contenu, nous faisons appel à l'analyse des cinq courants d'étude de la réception de Klaus Bruhn Jensen et Karl Erik Rosengren. Dans leur texte, *Cinq traditions à la recherche du public* (1993), les auteurs distinguent cinq traditions de recherche du public : la recherche sur les effets, la recherche sur les usages et gratifications, l'analyse littéraire, l'approche culturaliste (Cultural Studies) et les études de réception. Ils présentent alors les principales caractéristiques des différentes approches et les convergences récemment apparues dans les recherches sur la réception, les usages et les effets des médias de masse.

Dans le cadre des études sur la réception, Jensen et Rosengren soulignent qu'elles regroupent de nombreuses formes de recherches qualitatives d'audience dans le but d'intégrer les perspectives sociologiques et littéraires. Pour ces auteurs, les études sur la réception ont toujours contesté la pertinence des analyses de contenu notamment quand il s'agit de comprendre les usages et les effets du contenu des médias de masse. Les études sur la réception font donc appel à des méthodes qualitatives quand il faut comparer celles des données qui portent sur les publics et celles qui portent sur les contenus. Leur objectif est d'appréhender le processus de réception lui-même, avant de voir en quoi il affecte les usages et les effets des contenus médiatiques. Jensen et Rosengren ajoutent que ces études partent d'une lecture comparative des discours des médias et des discours du public. Pour eux, les études sur la réception montrent comment des genres et des thèmes particuliers peuvent être assimilés par des publics spécifiques tout en tenant compte du contexte social et du rôle joué par des institutions politiques et culturelles. Selon Jensen et Rosengren, les études sur la réception montrent comment les publics participent à une production sociale de sens et de formes culturelles à travers leur appartenance à des communautés interprétatives socialement définies.

Ainsi l'analyse du contenu intrinsèque des médias ne peut pas être retenue dans notre recherche. Par ailleurs, en prétendant situer le sens dans le contenu manifeste, l'analyse de contenu semble aller à l'encontre des théories de la réception active et du paradigme de la complexité de Morin, qui d'une part, tiennent compte du phénomène culturel et d'autre part, de la subjectivité et des cadres conceptuels du récepteur. L'analyse de contenu qui se voudrait une méthode totalement objective et scientifique mettrait donc à l'écart la

dimension culturelle projetée par le récepteur sur le contenu des productions médiatiques.

Pour démystifier cette prétention à la scientificité présente dans l'analyse de contenu, nous ferons appel aux travaux d'Edgar Morin sur la notion de « complexité » et sur le détachement qui semble être de plus en plus difficile à justifier et donc à exiger entre le chercheur et son objet de recherche. En effet, Morin (1982) souligne que :

Les structures spatio-temporelles dans lesquelles nous situons la notion d'objet elle-même relèvent de nos représentations et de nos idées, lesquelles relèvent, de même que des structures organisatrices de l'esprit humain, des structures organisatrices de notre langage et de notre culture. Il y a non seulement l'observateur, mais, derrière lui, tout un hinterland socio-culturel dont l'objet ne peut être séparé (Morin, 1982, p.297).

Pierre Bourdieu (1996) va également à l'encontre de cette prétention à l'objectivité absolue en reconnaissant l'importance de la culture et des jeux de pouvoirs à l'œuvre entre le chercheur et l'objet d'analyse. Le chercheur ne peut se défaire de la culture dans laquelle il est pris et évolue. La culture est inhérente à l'homme. Elle fait partie intégrante de sa capacité à analyser son objet de recherche. L'objectivité du chercheur face à son objet d'analyse est donc complexe. Stuart Hall dans *Culture, Media, Language, Encoding/Decoding* (1984) rappelle, quant à lui, l'absence de différence entre la « connotation » et la « dénotation ». Toutes les deux renvoient à l'idée de culture : la « connotation » étant reliée à une micro culture et la « dénotation » à une culture plus large, un épistémè. Connotation et dénotation ne sont séparées que par une question d'amplitude du contexte culturel, le premier étant plus proche du local et le second de l'universel.

Hall insiste sur le caractère construit des signes. Pour lui, les signes qui semblent les plus naturels, comme le signe télévisuel, relèvent d'un code discursif. L'impression de transparence provient de l'accoutumance qui s'opère lors d'une équivalence entre le codage et le décodage. Les codes n'en sont pas moins des conventions arbitraires mettant en forme la signification à partir de l'articulation du signe au référent qu'il désigne.

C'est alors au niveau de la « connotation » que le conflit pour le sens s'opère. Alors que la « dénotation » est davantage circonscrite par des codes complexes, « la connotation » est plus propice à une exploitation polysémique. Pour Hall, la « connotation » met en relation les signes avec les systèmes de classification de la réalité sociale propre à chaque culture en cristallisant l'ensemble « des sens, pratiques, usages, pouvoirs et intérêts sociaux ».

Ainsi, pour Stuart Hall (1984), chaque société opère une classification de la réalité sociale constituant « un ordre culturel dominant », de sorte que tous les domaines sont hiérarchisés selon des « sens dominants ou préférés » par rapport auxquels toute nouveauté va être évaluée. Ces significations préférentielles portent l'empreinte de l'ordre dominant et ont fait l'objet d'une institutionnalisation. Elles expriment donc « la hiérarchie des pouvoirs et des intérêts, la structure de légitimation, les limites et les sanctions » d'une société particulière.

Comme nous ne pouvons faire abstraction du contexte culturel dans lequel s'inscrit notre recherche, nous devons dépasser l'analyse de contenu intrinsèque des productions médiatiques pour rendre compte de l'incidence de la culture du récepteur et du chercheur sur notre analyse.

### 3.2 Méthode d'investigation

Notre méthode prend en compte nos biais et les risques d'une interprétation personnelle. En cela, la démarche ethnographique et anthropologique d'Appadurai (2001) peut nous être utile. En proposant une approche anthropologique des phénomènes culturels dans un contexte de globalisation, l'auteur se sert de sa formation de chercheur et de sa pratique pour mieux les appréhender. Il n'est jamais vraiment détaché de son sujet de recherche et se fonde sur son vécu pour étayer sa thèse selon laquelle l'État-nation, qui repose sur les notions de peuple et de territoire, est profondément remis en cause par la globalisation. Il utilise sa propre expérience de nomade planétaire pour constituer son objet de recherche qui repose d'une part, sur ses apports en tant que sujet pris dans une diaspora vivant des expériences collectives et personnelles et, d'autre part, sur l'analyse de phénomènes culturels plus généraux. Il s'agit alors pour nous de bien saisir le rapport qui peut exister entre les dimensions subjectives et l'exigence de neutralité, d'équilibre et de distance « scientifique ou professionnelle » dans notre démarche. Les deux sont indissociables. Mais, comme Appadurai, nous veillerons à ne pas nous laisser trop envahir par notre subjectivité.

Afin d'adopter une démarche aussi honnête et scientifique que possible, nous ferons une lecture aussi rigoureuse que celle d'un juriste qui souhaite interpréter un texte. Aussi, pour mener à bien notre recherche, nous nous appuyons sur la méthodologie d'historiens, de sémiologues et d'anthropologues expliquée par Todorov (1982). En effet, en rapportant et en analysant l'histoire de la conquête de l'Amérique à travers différents personnages et donc différentes perceptions (celle des Aztèques et celles des Conquistadores),

Todorov définit la méthode de travail qu'il a utilisée pour écrire son livre et décrypter ses sources documentaires de la manière suivante :

J'interpelle, je transpose, j'interprète ces textes ; mais aussi je les laisse parler (d'où autant de citations), et se défendre. De Colon à Sahagun, ces personnages ne parlaient pas le même langage que moi; mais ce n'est pas faire vivre l'autre que de le laisser intact, pas plus qu'on y arrive en oblitérant entièrement sa voix. Proches et lointains à la fois, j'ai voulu les voir comme formant l'un des interlocuteurs de notre dialogue. (Todorov, 1982, p. 254)

À la manière de Todorov, nous essayons dans notre démarche de prendre en considération la dimension humaine des discours que nous interprétons. Il s'agit pour nous de nous « soumettre » aux récits des journalistes que nous avons choisis d'analyser. Nous cherchons surtout à révéler les différentes perceptions et les différentes actions que peuvent prendre les journalistes québécois, américains, suisses, luxembourgeois, français, palestiniens et égyptiens (le choix du corpus est expliqué dans la partie 3.4) au sujet des produits communicationnels véhiculés par CNN, Fox News et Al Jazeera pendant les deux événements majeurs que sont la détention d'Irakiens dans la prison d'Abu Ghraib et les violences infligées aux mercenaires américains pendant la bataille de Falloujah.

De même, tout en pensant au travail du juriste, nous n'oublions pas que le nôtre s'inscrit également dans une démarche scientifique qui implique une rigueur de notre part. Todorov (1982, p. 250) définit son travail d'historien et de scientifique en rappelant la nécessité de « rechercher la vérité ». Il explique cela par la forme du discours qu'il choisit d'adopter. Il ne veut pas réduire le récit qu'il fait de la conquête à ce qu'il appelle un discours « systématique » et

donc scientifique, ni à un discours « narratif » plus près des romans et de la littérature en général.

Todorov se place plutôt en historien et en ethnologue moraliste au service des textes qu'il décrypte et au service de l'histoire qu'il raconte.

Il définit ce choix ainsi :

J'éprouve le besoin d'adhérer au récit qui propose plutôt qu'il n'impose ; de retrouver, à l'intérieur d'un seul texte, la complémentarité du discours narratif et du discours systématique; de sorte que mon « histoire » ressemble peut-être davantage, quant au genre, et toute question de valeur mise de côté, à celle d'Hérodote qu'à l'idéal de plusieurs historiens contemporains. Certains faits que je rapporte conduisent à des affirmations générales ; d'autres, non. À côté des récits que je soumetts à l'analyse, restent d'autres insoumis. (Todorov, 1982, p. 257)

Nous tâcherons donc, dans notre mémoire, de ne pas déformer les propos des auteurs des sites Internet et de leur être le plus fidèle possible. Certaines pistes de réflexion seront certes privilégiées car nous ne pouvons pas mettre en valeur toutes les informations contenues dans les textes que nous aurons choisis d'analyser. Ainsi, à la manière de Todorov qui « interpelle le texte », le questionne, nous ne chercherons pas à établir la vérité sur les faits qui ont eu lieu lors des événements précédemment cités en Irak, mais à mettre en évidence les différentes perceptions des internautes sur CNN, Fox News et Al-Jazeera.



Notre travail consiste donc à :

- décoder notre corpus.
- définir des critères de comparaison à partir d'une question débattue par plusieurs sources et à documenter nos propos.
- comparer des discours pour mettre en lumière les différents points de vue.
- comparer les différents styles d'interprétation existants dans les textes de notre corpus.
- reconnaître la dimension humaine des discours et de la recherche.
- avoir une approche davantage qualitative (nous serons plus proche du type d'analyse d'un récit de vie ou d'un entretien) que quantitative. Nous n'avons pas l'intention de dire que ce que nous analyserons sera représentatif des différentes perceptions que nous pouvons trouver sur Internet. Nous cherchons essentiellement à définir de grandes pistes de décodage.

Ainsi, si la connaissance que Todorov a de ce qu'il nomme « l'Autre » passe avant tout par la connaissance de soi, nous procéderons, comme un historien ou un juriste le ferait, c'est-à-dire de la façon la plus lucide et la plus précise possible, sans jamais tomber dans la caricature.

### 3.3 Une méthode qualitative

Comme nous l'indiquions antérieurement, notre travail de recherche s'inscrit dans une démarche qualitative. Comme Todorov l'a fait dans sa

« Conquête de l'Amérique », l'analyse de notre corpus est proche de celle d'un historien ou d'un juriste. Nous pouvons aussi nous rapprocher du travail du sémiologue Asa Berger (2000) qui dans son ouvrage *Media and Communication Research Methods, an introduction to qualitative and quantitative approaches*, rappelle la difficulté du chercheur à être impartial et le risque pour lui de faire des interprétations excessives ou erronées. Pour palier cela, Berger s'appuie sur les apports de l'ethnométhodologie et propose de s'intéresser à la manière dont le sens se crée à travers les activités et les actions de communication que les gens peuvent mener. Pour lui, le sens d'une action ne se trouve pas dans l'action en elle-même mais plutôt dans ce qui est caché. Le sens ne va pas de soi. Il est donc nécessaire de trouver les règles et les codes par lesquels les gens interprètent les déclarations qu'ils font et par lesquels ils donnent un sens au monde. Autrement dit, dans le cadre de notre mémoire, nous veillerons à ne pas faire d'interprétations hâtives de notre corpus et à ne pas avoir de préjugés sur l'origine géographique des rédacteurs des textes que nous analyserons. Nous devons considérer les auteurs arabes, américains ou français de la même manière, sans jugement de valeur. De plus, nous essayerons de faire ressortir les codes et les règles implicites qui peuvent apparaître à travers les récits des différents auteurs.

Pour compléter notre démarche, nous nous appuyons sur les différents modèles d'analyse des phénomènes de communication proposés par Alex Mucchielli et Jeannine Guivarch dans leur ouvrage *Nouvelles méthodes d'étude des communications* (1998). Ces auteurs proposent des modèles pour cesser de penser la communication selon le modèle émetteur-récepteur que nous réfutons. Pour ce faire, ils proposent deux modèles applicables à notre

recherche : le modèle « situationnel » et le modèle de l'hypertexte. Les deux auteurs les décrivent comme suit :

Les modèles constructivistes partent du principe que toutes les significations échangées entre les acteurs d'une communication sont le fruit d'un processus de construction auquel participent les acteurs. Les commentaires faits sur des débats communs comme les multiples mises en perspective des contextes permettent cette construction. L'analyse se centre alors sur ces processus utilisés pour faire apparaître le sens partagé ou les risques de non-sens. ( Mucchielli, Guivarch, 1998, p. 53)

Ces deux modèles nous permettent de comprendre comment le sens se construit lors d'un processus de communication. Le modèle « situationnel » replace les processus de communication dans différents contextes qui peuvent être : spatial, sensoriel, physique, temporel, culturel de référence aux normes et règles collectivement partagées, relationnel, lié aux positions des acteurs ou lié à l'expression des identités des acteurs. Ces contextes sont constitutifs de la situation de réception des produits communicationnels. Dans le cadre de notre étude, le contexte lié à l'expression de l'identité des acteurs sera retenu. En effet, lors de notre analyse du contenu des sites Internet, nous chercherons à savoir s'il existe des éléments sur les préoccupations ou les enjeux des journalistes de nationalités différentes qui pourraient permettre de comprendre les significations que ces derniers donnent aux événements liés à la guerre en Irak. Nous chercherons également à voir de quelle manière leur identité transparaît à travers les « messages » qu'ils diffusent sur Internet. Enfin, nous chercherons à connaître leurs intentions et leurs enjeux à l'œuvre dans leurs communications.

Le deuxième modèle que nous avons retenu pour notre travail et qui est fortement lié au modèle « situationnel » est le modèle de l'hypertexte. Ce modèle associé à l'utilisation d'Internet est défini ainsi :

Le modèle de l'hypertexte postule que le sens final donné à la communication en question est le résultat de l'ensemble des commentaires faits sur cette communication [...] À tout texte est accolé un ensemble d'explications qui en enrichissent et précisent le sens. Le sens final du texte découle alors de son contenu et de cet ensemble de gloses faites sur ses éléments internes. (Mucchelli, Guivarch, 1998, p. 99)

Ce modèle s'intéresse donc au débat implicite et latent qui existe entre les acteurs et permet d'analyser les différentes significations d'un processus de communication par la contextualisation. Ainsi, les différents contextes précédemment cités dans le modèle « situationnel » se retrouvent dans le modèle de l'hypertexte et permettent de mieux comprendre comment le débat collectif implicite prend forme entre les acteurs. Nous voulons donc savoir s'il existe d'une part, un débat entre les journalistes arabes, américains, québécois et français et de quelle nature il peut être, et d'autre part, quelle est la position que ces journalistes prennent par rapport au débat.

#### 3.4 L'échantillon des documents étudiés et les limites de sa représentativité.

L'objectif principal de notre recherche consiste à analyser les opinions des utilisateurs d'Internet à propos des produits communicationnels émis par CNN, Fox News et Al-Jazeera sur la guerre en Irak et sur les prisonniers de cette guerre. Pour choisir les sites Internet qui font partie de notre corpus, nous avons tout d'abord travaillé à partir des sites Internet de ces trois grandes chaînes qui ont constitué notre première source d'information. Ces sites nous

ont permis de définir exactement les deux événements que nous souhaitons traiter, à savoir la bataille de Falloujah pendant laquelle les corps des mercenaires américains assassinés ont été suspendus à un pont devant toutes les chaînes de télévision du monde, et les humiliations infligées aux prisonniers irakiens dans la prison d'Abu Ghraib. Nous devons préciser que ces deux événements seront traités ensemble et selon une approche comparative.

Les deux événements ainsi définis et précisés, nous avons cherché, grâce à plusieurs moteurs de recherche sur Internet comme *Google* et *Altavista*, les sites pertinents se rattachant à ces événements. Outre les moteurs de recherche, nous avons travaillé à partir du site de l'encyclopédie libre sur Internet Wikipedia. Cette dernière nous a permis d'avoir accès à des sites référencés dans sa base de données et à des liens renvoyant à différents médias arabes, américains et français traitant à la fois de CNN, de Fox News ou d'Al-Jazeera. Nous avons donc aussi cherché nos sites à partir des journaux déjà existants dans leurs pays d'origine tels que l'hebdomadaire égyptien en langue française *Al-Ahram* ou le journal quotidien *Le progrès Egyptien*, ou encore le journal palestinien en langue anglaise *Palestine Daily*. Ces journaux possédaient un site Internet. Mais tous les journaux n'avaient pas forcément leur version sur Internet. Il a donc fallu trouver une autre source. Pour cela, nous avons recherché nos sites à partir de revues pertinentes qui existent à la fois en version papier et en version électronique. Il s'agit notamment des revues *Hermès* et du *Monde diplomatique*. Ces revues renvoyaient à des articles qui eux-mêmes pouvaient renvoyer à des sites abondant et traitant de notre sujet de recherche, à savoir des journalistes ou des professeurs

d'université proposant leurs perceptions du traitement médiatique de la guerre en Irak fait par CNN, Fox News et Al-Jazeera.

Cependant si les informations sur Internet sont nombreuses, nous avons dû procéder à plusieurs tris. D'une part, nous avons éliminé tous les journaux personnels en ligne (*les blogues*) pour deux principales raisons : les données contenues relevaient le plus souvent d'une conversation entre amis que d'une réelle argumentation sur les problèmes en Irak et l'identification des auteurs n'était pas toujours indiquée. D'autre part, nous avons réduit le nombre de sites Internet que nous avons car un grand nombre d'entre eux n'abordaient que partiellement la perception des internautes et le rôle des trois chaînes de télévision pendant la guerre en Irak.

Ainsi, nous n'avons pas déterminé la taille de notre échantillon au départ. Ce dernier s'est dessiné et affiné au fil de nos recherches sur Internet. Ne pouvant pas rassembler et étudier tout l'ensemble des sites pertinents pour notre recherche, nous nous sommes surtout attardées sur les sites américains, français (et européens) et arabes tels que présentés dans le tableau plus bas. Notre analyse porte donc sur quelques sites Internet de 2003 à 2006. Compte tenu de l'importance du réseau que constitue Internet, nous ne pouvons être parfaitement exhaustives. De plus, nous tenons à préciser qu'à cause de l'origine de notre corpus (Internet), de nouvelles sources d'informations et de nouveaux sites plus pertinents ont pu être supprimés ou rajoutés.

Les quatorze sites Internet et les dix-neuf textes extraits de ces sites ont été sélectionnés à partir de plusieurs critères :

- Leur origine géographique. Nous avons choisi pour notre recherche de nous intéresser à des sites américains, européens (français, belge, suisse, luxembourgeois), égyptiens et palestiniens traitant des trois chaînes d'information en continu. Il s'agit principalement de sites de journaux électroniques comme « Mediachannel.org » (américain), « The Transnational Broadcasting Studies » (égyptien). Nous avons choisi des sites égyptiens car ces derniers étaient les plus nombreux et les plus pertinents. Le choix de sites français s'explique par la commodité de la langue et par la pertinence des points de vue exprimés.
- Le sujet traité,
- Tout contenu faisant référence aux trois chaînes précédemment citées,
- Identification claire et précise des auteurs, non seulement des sites mais aussi des discours véhiculés.

Nous avons choisi de classer les différents sites ainsi que leurs textes en fonction de leurs pays d'origine car nous avons fait l'hypothèse que la manière dont le récepteur appréhende les produits communicationnels est fonction de son origine géographique. De plus, cela permet une comparaison facile et claire des données recueillies. Les sites français (trois sites et six textes extraits) et francophones (un site québécois et un texte ; deux sites et trois textes européens) sont les plus nombreux car nous partageons la même langue : le français. Cependant, même si la langue peut être un obstacle à l'analyse et à l'interprétation des informations contenues sur les sites anglophones, nous

avons choisi d'en retenir quelques-uns, notamment des américains (six sites et six textes) et arabes (un site et un texte palestinien ; un site et deux textes égyptiens) afin d'avoir une pluralité de points de vue et donc différentes perceptions sur les trois chaînes de télévision internationales et leur traitement du conflit irakien. Ces sites enrichissent notre recherche. Nous pourrions les étudier et les comparer.

En plus de la classification en fonction de la zone géographique dont sont issus nos sites Internet, nous les analyserons en fonction de la langue utilisée par les auteurs. Ces sites sont présentés sous forme de tableau pour en faciliter la lecture.



**Tableau 3.4.1**

Classement des sites Internet selon leur pays d'origine et leur langue

Origine	Noms des sites et titre des textes extraits de ces sites	Types d'internautes
Québec	<a href="http://www.le30.org">http://www.le30.org</a> – <i>Autopsie d'une guerre médiatique</i> , par Patrick White, correspondant de Reuters à Montréal (pas de date indiquée).	Journaliste Américain écrivant pour un site québécois
Suisse	<a href="http://www.lecourrier.ch">http://www.lecourrier.ch</a> – <i>Irak : la guerre d'Al Jazeera</i> , par Olfa Lamoum (5 décembre 2003). <i>La résistance imprévue des médias non aligné</i> , par Giulietto Chiesa (01 avril 2003).	Journalistes Arabe et Italien écrivain pour un site Suisse
Luxembourg	<a href="http://www.land.lu/html/dossiers/dossier_medias/guerre_medias_040403.html">http://www.land.lu/html/dossiers/dossier_medias/guerre_medias_040403.html</a> – <i>My TV is green. Les télévisions mettent désormais en garde contre leur propre logique, leurs propres dérives</i> , par Josée Hansen (4 avril 2003).	Journaliste Luxembourgeoise

---

France	<a href="http://vigirak.com/article.php3?id_article=71">http://vigirak.com/article.php3?id_article=71</a> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Guerre contre l'Irak : médias intégrés médias contrôlés</i>, par François-Bernard Huyghe (2 mars 2003).</li> <li>– <i>Empire : les images contre-attaquent. Quand la guerre du spectacle rencontre le spectacle de la guerre</i>, par François-Bernard Huyghe (24 mars 2003).</li> <li>– <i>Irak, Al Qaida, la guerre des images continue. L'image de Saddam Hussein, le fantôme de Ben Laden. Les médias dans la guerre au terrorisme</i>, par François-Bernard Huyghe (29 décembre 2003).</li> <li>– <i>Propagande de guerre : des exemples dont l'Irak. De la contre-réforme à l'axe du bien : pour une histoire de la propagande</i>, par François-Bernard Huyghe (31 mars 2003).</li> </ul>	Journaliste Français
	<a href="http://agircontrelaguerre.free.fr/article.php3?id_article=477">http://agircontrelaguerre.free.fr/article.php3?id_article=477</a> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>La propagande et Haditha</i> par Dahr Jamail et Jeff Pflueger, traduit par Jean-Marie Flémal (9 juin 2006).</li> </ul>	Journalistes d'origine américaine écrivant pour un site français
	<a href="http://www.cafe-geo.net/article.php3?id_article=844">http://www.cafe-geo.net/article.php3?id_article=844</a> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Al-Jazeera et Internet, les nouveaux muezzins du monde arabe</i>, retranscription d'un débat présenté par Frank Tetart et animé par Mohammed El Oifi, Maître de conférence à l'IEP Paris et par Anne Guidicelli, Responsable de TERRORISC (6 avril 2006).</li> </ul>	Maître de conférence à l'IEP et responsable de Terrorisc

---

---

États-Unis	<a href="http://web.mit.edu/comm-forum/forums/covering_iraq.html">http://web.mit.edu/comm-forum/forums/covering_iraq.html</a> – <i>Covering Iraq: American media vs. the world?</i> Alex Jones, professeur à l'université de Harvard, et Danny Schechter, producteur de la chaîne de télévision Global Vision et du site Mediachannel.org (13 novembre 2003).	Professeur Américain à Harvard, producteur de chaîne de télévision et de site Internet
	<a href="http://www.geek.com/news/geeknews/2005Mar/gee20050326019294.htm">http://www.geek.com/news/geeknews/2005Mar/gee20050326019294.htm</a> – <i>The War on Al-Jazeera</i> , Jeremy Scahill (1 décembre 2005).	Journaliste Américain
	<a href="http://gerald.over-blog.org/archive-4-2006.html">http://gerald.over-blog.org/archive-4-2006.html</a> – <i>Contestation de l'ordre médiatique américain</i> , par Eric Klinenberg (22 avril 2006).	Professeur Américain à l'Université de New York
	<a href="http://www.acrimed.org/article.php3?id_article=965">http://www.acrimed.org/article.php3?id_article=965</a> – <i>Irak « Comment la censure va opérer pendant cette guerre? »</i> , par Robert Fisk, texte traduit en français (3 mars 2003).	Journaliste Américain
	<a href="http://www.mediachannel.org">www.mediachannel.org</a> – <i>TV at war, TV as war</i> , par Danny Schechter (5 avril 2003).	Producteur Américain de chaîne de télévision
	<a href="http://slate.mcn.com/id/2081057/">http://slate.mcn.com/id/2081057/</a> – <i>Al-Jazeera: it's just as fair as CNN</i> , par Chris Suellentrop (2 avril 2003).	Journaliste Américain

---

---

Palestine	<a href="http://www.nilemedia.com/Columnists/Ahmed/2006/October/Hiding.html">http://www.nilemedia.com/Columnists/Ahmed/2006/October/Hiding.html</a> – <i>Hiding the dead bodies in Iraq</i> , par Ahmed Amr (16 octobre 2006).	CyberjournalistPalestinien
Égypte	<a href="http://www.tbsjournal.com/Archives/archives.html">http://www.tbsjournal.com/Archives/archives.html</a> – <i>Media Wages a war of its own</i> , par Tanya Goudsouzian et Shadiah Abdullah (7 avril 2003). – <i>- News speak and New Speaks: How language dit its bit for the US War effort in Iraq</i> , par Hammorabi (pas de date indiquée).	Journalistes d'origine arménienne et égyptienne

---

### 3.5 Stratégie d'analyse

Nous avons à notre disposition, un ensemble de commentaires faits par différents auteurs sur un débat : la guerre en Irak et le traitement médiatique fait par CNN, Fox New et Al-Jazeera. Après avoir recueilli, choisi et trié nos données, nous les avons organisées sous la forme d'un tableau pour les présenter de la manière la plus cohérente possible. Comme nous nous inscrivons dans une démarche qualitative nous avons étudié en profondeur les récits de nos auteurs. En nous appuyant sur le travail de décryptage fait par Todorov dans son récit de la conquête de l'Amérique, nous avons procédé à un travail minutieux d'analyse de ces textes à partir de nos hypothèses de recherche :

- le rôle déterminant de la culture des auteurs de sites Internet dans la perception qu'ils ont des images diffusées par les trois chaînes de télévision internationales au sujet des prisonniers d'Abu Ghraib et de la bataille de Falloujah,
- la possible apparition de courants de pensée s'opposant à CNN, Fox News et Al-Jazeera,
- l'éventuelle critique de l'influence de la télévision sur Internet et plus spécifiquement l'apparition probable d'un nouveau lieu démocratique sur Internet où divers points de vue peuvent s'exprimer.

De plus, notre but consiste à mettre à jour les perceptions des journalistes, des conférenciers et des professeurs d'université qui s'expriment sur le traitement médiatique du conflit irakien et cela sans discrimination, ni censure, ni volonté apparente de prouver une hypothèse plutôt qu'une autre.

Aussi, comme le souligne Mucchielli et Guivarch (1998, p.113), l'analyse finale de notre recherche doit nous mener à ce qu'ils appellent « une analyse de recherche des significations par contextualisation ». Autrement dit, il s'agit pour nous de faire resurgir le débat implicite qui peut exister entre les auteurs de nos sites Internet et de le replacer dans les contextes (situationnel et culturel) dans lequel il est émis et prend forme.

### 3.6 La pertinence communicationnelle de la recherche

Dés le début de notre recherche, nous avions comme objectif de nous intéresser aux différentes opinions et aux différentes perceptions que les internautes arabes, américains, français pouvaient avoir de CNN, Fox News et Al-Jazeera. La pertinence de notre choix s'est confirmée avec le rôle de plus en plus important que ces chaînes de télévision ont joué lors des deux événements, précédemment évoqués, de la guerre en Irak. Chaque chaîne devenant pour certains journalistes, conférenciers ou professeurs d'université un outil de propagande.

Nous avons choisi d'étudier le problème de la perception des produits communicationnels en nous appuyant sur la théorie de la réception active. Notre recherche nous permet alors de comprendre comment les utilisateurs d'Internet, provenant de zones géographiques différentes et appartenant à des cultures et à des religions distinctes se réapproprient ou se détachent des propos tenus par CNN, Fox News et Al-Jazeera. Nous nous efforçons de mettre en avant l'importance de la dimension culturelle et géographique dans leur perception des produits communicationnels véhiculés par les trois chaînes.

Notre travail nous permet également de voir si certaines opinions se forment et s'expriment sur Internet et si elles sont de nouveaux moyens de s'opposer à l'idéologie des chaînes de télévision internationales. Notre recherche vise ainsi à voir si les images des prisonniers irakiens et américains présentées par les trois chaînes peuvent avoir une possible influence sur l'opinion de ces internautes.

Lors de notre recherche, nous avons été confrontées à quelques difficultés relevant de la compréhension de la langue utilisée et donc de la compréhension des idées. En effet, l'anglais n'étant pas notre langue maternelle, il nous a été moins aisé de saisir la totalité des idées exprimées lors d'une première lecture. C'est pourquoi, nous avons davantage axé notre recherche sur les sites francophones et sur quelques sites américains. Cependant le problème de langue a pu nous permettre de voir si cette dernière avait une incidence sur la pensée des auteurs et sur leurs prises de position. La deuxième difficulté était liée au nombre de sites américains par rapport au nombre de sites arabes et français.

Les sites américains étant plus nombreux, cela pouvait entraîner des erreurs dans les résultats obtenus et donc accroître le risque d'en tirer, malgré nous, des déductions quantitatives. Enfin, nous avons dû tenir compte des risques d'obsolescence de notre corpus car celui-ci dépendait de ce qui se trouvait sur Internet au moment de la recherche.

De plus, nous devons rappeler que la méthode de recherche que nous avons retenue ne permet pas de généraliser les perceptions des internautes arabes, américains et francophones constituant notre corpus à l'ensemble des

internauts arabes, américains et français. En effet, notre recherche étant avant tout qualitative, et portant sur un échantillon indicatif des tendances d'interprétation et de décodage et non représentatif de la population des internautes, il n'est pas possible de généraliser les résultats à partir de notre échantillon non statistiquement sélectionné.



## CHAPITRE IV

### RÉSULTATS COMMENTÉS

Par souci de clarté, nous analyserons tout d'abord les textes québécois et européens (suisse, luxembourgeois et français) écrits en français, puis les textes américains et, enfin, les textes palestiniens et égyptiens écrits en anglais. Dans ce quatrième chapitre, nous nous attacherons surtout à décrypter et à commenter les discours recueillis en reconnaissant leur dimension humaine ainsi que celle de notre recherche.

#### 4.1 Commentaires sur les textes des internautes québécois et européens recevant et analysant les images de CNN, Fox News et Al-Jazeera

Lors de notre lecture de ces discours, nous avons pu constater une unité dans les propos que les auteurs défendaient. Le ton de leur discours est certes différent. Leur manière d'exprimer leur point de vue l'est tout autant. Mais tous s'accordent pour évoquer les dérives du système d'information américain incarné depuis la première guerre du Golfe par CNN et pour reconnaître l'avènement d'une nouvelle ère de l'information symbolisée par Al-Jazeera. Ces auteurs dénoncent également une guerre de propagande mise en place par les chaînes de télévision américaines. Nous nous pencherons sur l'analyse de ces points de vue dans notre cinquième chapitre qui vise à les analyser à la lumière des théories sur la réception active expliquées dans le deuxième chapitre.

#### 4.1.1 Le traitement médiatique de la guerre en Irak : la fin du monopole de CNN et l'avènement d'Al-Jazeera

##### 4.1.1.1 La fin du monopole de CNN

Bien que pionnière dans le traitement de l'information en continu mis en place en 1991 lors de la Guerre du Golfe, CNN a progressivement perdu son influence dans le monde arabe. En effet, après avoir réduit le nombre de ses bureaux au Moyen-Orient (CNN ne possédant que le bureau de Bagdad en Irak) et celui de ses correspondants, la chaîne s'est parfois retrouvée dans l'incapacité de couvrir convenablement certains événements. De plus, les images diffusées par la chaîne proviendraient pour la plupart des agences de presse ou des chaînes arabes. Cette absence de sources fiables au Moyen-Orient serait en partie à l'origine de la régression de CNN, comme l'explique Patrick White, journaliste et membre de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec, dans son texte *Autopsie d'une guerre médiatique* paru sur le site Internet [www.30.org](http://www.30.org). L'auteur revient sur l'apogée de CNN et sur son déclin. Pour lui, la chaîne a abandonné son travail d'investigation sur le terrain au profit d'un patriotisme exacerbé par ses liens avec le Pentagone. Il déclare ainsi :

Tout au long de la guerre en Irak, CNN a montré qu'elle n'était plus ce qu'elle avait déjà été, se contentant de recracher les informations des agences de presse internationales et des chaînes arabes. Jouant la carte patriotique, CNN a utilisé les journalistes, intégrés au sein des forces de la coalition, afin de faire vibrer la fibre nationaliste du pays. CNN a anéanti sa crédibilité en refusant de diffuser les images des mercenaires américains faits prisonniers en Irak, tout comme ceux qui ont été tués, de peur de déplaire au Pentagone et au public.

White reproche aux États-Unis le manque de diversité dans les chaînes d'information proposées au public et la vision trop américaine de certaines chaînes dans le traitement de l'information. Il en profite également pour condamner le populisme de Fox News. Cette chaîne concurrente de CNN aurait profité du déclin de CNN pour devenir la première chaîne d'information. Il écrit ainsi :

Au Québec, nous sommes choyés sur le plan de l'information continue. En plus de Radio-Canada-RDI et TVA-LCN, les citoyens ont accès aux chaînes canadiennes anglaises, aux quatre réseaux américains, à CNN, à TV5 et aux chaînes européennes dont les bulletins sont diffusés par PBS et CBC Newsworld. Aux États-Unis, l'Américain moyen n'a accès qu'à ABC, CBS, NBC, PBS, CNN et FOX. FOX, une chaîne populiste alignée sur la Maison-Blanche, mange dans la main du président George W. Bush et fait dans la propagande. CNN se veut très proche du Pentagone et donne une vision américaine de l'information, non une vision internationale.

Nous pouvons cependant nous demander s'il est réellement pertinent de reprocher à CNN, chaîne américaine, d'avoir une vision américaine des événements irakiens. Nous discuterons ce point dans notre prochain chapitre.

Ainsi, la fin du monopole de CNN a été marquée par sa relative absence de la zone de conflit. Nous parlons de « relative absence » car si la chaîne ne pouvait avoir accès à des informations diffusées par Al-Jazeera, CNN était contrainte d'utiliser l'« embedding » (incorporation des journalistes aux troupes américaines) pour obtenir ses images. Cette contrainte du Pentagone sera étudiée plus largement dans notre prochaine partie (partie 4.1.2.3).

Selon Patrick White, ce sont ces liens étroits avec le Pentagone qui ont entraîné la dégringolade de CNN. Pour lui, la désinformation exigée par le Pentagone a

favorisé la naissance d'Al-Jazeera qui est devenu un acteur incontournable de la scène médiatique internationale.

#### 4.1.1.2 L'avènement d'Al-Jazeera et ses limites

La chute de CNN a donc permis l'essor de la chaîne du Qatar. Contrairement à CNN dont la présence au Moyen-Orient n'est traditionnellement pas très grande, Al-Jazeera a plusieurs avantages sur la chaîne américaine. En effet, la connaissance de la culture arabe, la présence de nombreux correspondants en Irak, la connaissance de la langue, la facilité à obtenir des contacts en Irak et à faire confirmer ou infirmer une information confèrent à la chaîne une plus grande marge de manœuvre et plus d'autonomie que ses concurrentes américaines.

En outre, comme l'évoque Olfa Lamloum, journaliste suisse pour la version électronique du journal *Le courrier* dans son article *Irak: la guerre d'Al-Jazeera*, la chaîne « en défiant directement CNN, le symbole de domination étasunienne dans le champ médiatique global impose pour la première fois au plan international une information provenant du Sud ». Al-Jazeera devient alors la voix du monde arabe. L'auteure rappelle aussi que :

Cette dernière guerre en Irak a été la première guerre contre un pays arabe, commentée en direct par des chaînes satellitaires arabes (..) Ce dernier conflit a permis à une nouvelle génération de journalistes arabes de rapporter leur environnement comme il ne leur avait jamais été permis de le faire. Ils ont produit un récit de la guerre radicalement différent de celui des télévisions américaines.

Par ailleurs, Patrick White, défenseur de la chaîne arabe, voit en elle une « démocratisation de l'accès à l'information au Moyen-Orient » et une manière

« d'éveiller le public à une plus grande diversité de points de vue ». L'auteur reconnaît toutefois les critiques faites à l'encontre de la chaîne. Cette dernière ne fait pas l'unanimité, même au Moyen-Orient et a souvent été accusée d'agressivité journalistique et de sensationnalisme, notamment par les médias américains et européens. Patrick White dans *Autopsie d'une guerre médiatique* souligne donc :

Al-Jazeera, critiquée par les forces de la coalition américano-britanniques pour son point de vue déformé, a donné pour sa part une autre version des faits durant la guerre en faisant parler le peuple irakien, les ministres irakiens, les chefs d'État de la région et les réfugiés palestiniens. Perçue comme une chaîne militante par le Pentagone et par Londres, Al-Jazeera a décrit les Irakiens morts à Abu Ghraib comme des martyrs, mais a aussi réalisé des entrevues avec les grands dirigeants américains durant le conflit en Irak, dont Colin Powell.

White va donc au-delà des critiques pour souligner la pluralité des opinions que la chaîne prétend mettre en avant. Cette volonté de soumettre deux points de vue au spectateur fait cependant partie intégrante de la devise de la chaîne qui est la suivante : « L'opinion et son contraire ». Olfa Lamoum souligne qu'Al-Jazeera, fidèle à sa devise, a toujours fait le choix d'un traitement symétrique de l'information en donnant la parole aux deux belligérants. Elle ajoute que par son récit journalistique de la guerre, Al-Jazeera tente « de rendre compte des enjeux complexes de la scène irakienne en donnant la parole à tous les protagonistes du conflit (régime irakien, administration américaine).»

Mais tout comme Patrick White qui formule certaines critiques à l'égard de la chaîne, Olfa Lamoum s'interroge sur les limites de la chaîne à être plus objective que sa concurrente, CNN. En rappelant les liens qu'entretiennent

indirectement la chaîne qatare et le gouvernement américain, l'auteure évoque le paradoxe de la chaîne.

Si Al-Jazeera n'a pas abdicé face aux pressions des États-Unis en Irak, cette impertinence a une contrepartie. La chaîne a été fort discrète sur l'engagement du régime de l'émir du Qatar aux côtés des forces de « l'invasion ». Elle a même été en réalité un écran évitant au micro-État pétrolier d'apparaître sous son vrai visage : le centre de commandement de la guerre impériale sur le territoire irakien. Ainsi, l'effet Al-Jazeera agit comme un voile qui estompe l'alliance stratégique de l'émirat avec les États-Unis dans l'espace arabe. Mais c'est peut-être ça, entre autres, le prix à payer pour être un contre-pouvoir dans cette région du monde aujourd'hui.

Al-Jazeera a donc su tirer profit de son rôle géo-stratégique au Moyen-Orient en devenant l'un des principaux diffuseurs d'information. Son impertinence envers le gouvernement américain lui a conféré l'image d'une chaîne se situant du côté des victimes de la guerre. Cependant, tout comme CNN et Fox News, Al-Jazeera a mis en place une stratégie de séduction pour atteindre un nouveau public. Il y a donc au-delà du simple traitement de l'information une course aux cotes d'écoute qui s'est engagée entre deux protagonistes : les médias américains (CNN, Fox News) et les médias arabes (Al-Jazeera). Certains auteurs considèrent cette compétition comme une lutte de propagande.

#### 4.1.2 Une guerre de propagande : l'information de l'un est la propagande de l'autre

L'un des principaux thèmes abordés par les auteurs de notre corpus est celui de la propagande. Selon eux, celle-ci est autant le fait des chaînes américaines que des chaînes arabes. Elle existe pour rassurer la population,

cacher ou embellir certaines vérités et justifier la guerre. Cette propagande est encore plus importante lorsqu'il s'agit de traiter les images concernant les prisonniers de guerre ou les victimes. Ainsi la perception des images montrant ou cachant ce qui dérange varie entre CNN, Fox News et Al-Jazeera.

#### 4.1.2.1 La bataille des images : le problème des prisonniers de guerre et des morts

L'interprétation des images à fort impact psychologique (notamment celles des prisonniers de guerre) est importante. Elle varie selon les prédispositions des spectateurs qui les reçoivent. Pour certains, ces images sont condamnables, pour d'autres elles sont cathartiques. Ainsi, dans son texte intitulé *Propagande de guerre : des exemples dont l'Irak* publié sur le site Internet [www.vigirak.com](http://www.vigirak.com), le journaliste français François-Bernard Huyghe nous résume cela de la manière suivante :

Il suffit de songer à la controverse sur les corps des morts ou les visages des prisonniers pour se rendre compte du pouvoir des images et de leur interprétation. L'interprétation des Étatsuniens est qu'il est contraire à la dignité humaine de montrer des captifs humiliés ou des morts réalistes. Cela porte atteinte à la résistance mentale de nos mercenaires et mine le soutien que leur apporte l'opinion. Mais d'autres ont un point de vue différent. Ils rappellent que l'on n'a pas eu ces délicatesses quand il s'agissait de montrer les prisonniers irakiens d'Abu Ghraib.

François-Bernard Huyghe surenchérit en précisant « qu'une très grande fraction du public arabe n'interprète pas ces images qui choquent nos délicatesses de la même façon ». En effet, pour l'auteur, ces images de corps mutilés exercent une fonction salvatrice pour les populations arabes. En s'appuyant sur le témoignage d'un Palestinien, Huyghe décrit ce processus cathartique ainsi :

Donner une représentation concrète à la souffrance, celle des siens et celle d'en face, donner un visage particulier à l'ennemi dans le rôle nouveau pour lui du vaincu, c'est sans doute purger et exorciser bien d'autres images accumulées dans la mémoire.

Pour nos internautes-récepteurs, il s'agit de propagande. Ils perçoivent les programmes télévisuels comme une forme de propagande de la part des chaînes qui les diffusent. Ces programmes ne sont pas présentés comme tels par les chaînes et de nombreux téléspectateurs ne les ont probablement pas perçus comme de la propagande. Mais pour nos internautes-récepteurs, les images, le contrôle et l'utilisation d'un vocabulaire spécifique sont des moyens pour les chaînes de faire de la propagande à travers les programmes qu'elles diffusent.

#### 4.1.2.2 Selon les internautes, il y a contrôle des images

Selon nos auteurs, la propagande est au service de l'idéologie. Elle n'est pas seulement un instrument pour décrire le monde, voire le rendre acceptable, c'est aussi un moyen de le changer. Pour cela, elle s'appuie sur des structures administratives et médiatiques en s'efforçant de créer le consentement auquel le public adhérerait. Par la propagande, son auteur cherche à donner une image militairement ou idéologiquement correcte du conflit. Il tente de stimuler les ardeurs patriotiques, martiales et morales. Il dissimule par la censure tout ce qui pourrait troubler la vision officielle des événements. Il s'agit donc de contrôler tout ce qui est publié, que ce soit un texte, un discours ou une image. Comme le soulignent nos auteurs, le contrôle des images passe alors par la censure de ces images. Selon Huyghe, pour l'administration de George W. Bush « une bonne guerre est une guerre sans morts visibles, supportable par les sensibilités télévisuelles ». Les images servent surtout à oublier qui meurt. Si



certaines servent à oublier, d'autres cherchent à susciter la compassion du public. L'art de cacher ses propres pertes a pour complément l'art de montrer les bonnes victimes, celles à qui l'on porte secours dans des guerres humanitaires correctes. « L'idée, le droit d'ingérence, suppose l'image, le spectacle compassionnel » comme le souligne François-Bernard Huyghe.

Outre le fait de susciter la compassion, le contrôle des images s'effectue aussi à travers leur manipulation. Ainsi, Huyghe rappelle que :

De l'image un peu esthétisée pour complaire aux goûts de la presse jusqu'à la pure et simple mise en scène, en passant par les images mal légendées, mal montées ou hors contexte s'ouvre le champ miné qui sépare l'erreur de bonne foi de la totale manipulation.

Selon l'auteur, cette manipulation serait plus présente dans les médias américains que dans les médias arabes. Les communicateurs du Pentagone seraient responsables de cette censure et de cette manipulation par crainte de paraître « non-américains ». Ils deviendraient alors plus bellicistes que la population. Outre la manipulation des images, l'obtention de ces images prête à caution pour nos auteurs car les médias américains utilisent la stratégie de l'« embedding » ou de l'incorporation des journalistes aux troupes américaines.

#### 4.1.2.3 L'« embedding »

Pratiqué entre autres par les journalistes de CNN et de Fox News, l'« embedding » qui peut se traduire par l'« intégration » des journalistes dans les troupes armées donnerait, selon nos internautes, une vision restreinte et biaisée du conflit. Par contre, cette intégration serait pour les journalistes des chaînes américaines le seul moyen d'avoir accès à une information pertinente.

Contrairement à la guerre du Golfe de 1991 où les journalistes se tenaient à distance du conflit, ils peuvent par l'« embedding » vivre pleinement le conflit en accompagnant les mercenaires dans leurs moindres déplacements. Mais les propos de ces journalistes pourraient être contrôlés et censurés par l'armée. Si cette méthode est la seule utilisée par CNN et Fox News pour obtenir leurs informations compte tenu du fait qu'elles ne possèdent pas de bureaux sur place et ont un nombre limité de correspondants, elle ne semble pas efficace et pertinente pour François-Bernard Huyghe. Ainsi, il déclare dans *Guerre contre l'Irak : médias intégrés, médias contrôlés* :

Par la technique de l'« embedding », CNN montre la guerre en ses moindres détails (surtout lorsqu'il n'y a rien à montrer), mais aucune image ou presque des centaines de milliers de morts irakiens. Il y a une extraordinaire pluralité de médias, mais la désinformation et les rumeurs n'ont jamais aussi bien fonctionné.

Cette technique expliquerait la partialité des médias américains et le passage de certaines informations sous silence. Cela semble évident pour la journaliste luxembourgeoise Josée Hansen, rédactrice du site « My TV is green ». Dans son article, *Les télévisions mettent désormais en garde contre leur propre logique, leurs propres dérives*, elle souligne les différences dans le traitement de l'information entre les médias européens, arabes et américains. Elle constate que leurs contenus sont très opposés et, qu'au-delà de ces différences, c'est la course aux cotes d'écoute qui prévaut. Le but n'est donc plus d'informer de façon équilibrée le public mais d'acheminer les histoires au fur et à mesure que les commentateurs du déroulement des événements les élaborent afin de coller le public à l'écran.

Il suffit de zapper entre les chaînes européennes et les chaînes fait écho internationales ou américaines, notamment CNN ou Fox News, pour constater que les compte-rendus seront diamétralement opposés. Comme s'il ne s'agissait pas de la même guerre. Les quelque 500 journalistes « embedded », incrustés dans les troupes américaines, ont forcément une vision très partielle des événements. Habillés en uniforme, munis de casques, ils ont abandonné toute neutralité qui pourtant devrait constituer la base même de leur métier et qui, dans d'autres conflits, avait souvent constitué une assurance tout risque pour leur sécurité.[...] Mais ce qui a changé, c'est l'immédiateté de la transmission, le direct. Ce qui a changé pour CNN depuis 1991, c'est que son monopole est tombé dans la région, par l'arrivée d'Al-Jazeera. L'enjeu de cette guerre est non seulement capital pour les gouvernements des alliés en termes de géo-stratégie, mais aussi pour les médias qui y jouent leurs parts d'audience.

Ainsi, la guerre des images, leur manipulation ou encore l'incorporation des journalistes aux troupes (surtout pour CNN et Fox) sont autant de moyens pour les médias américains et arabes de maîtriser leur flux d'information pour mieux dominer l'ennemi. Pour les internautes, le choix des mots utilisés par les médias est un autre moyen de propagande qu'il faut aussi prendre en compte.

#### 4.1.2.4 Selon les internautes, il y a donc aussi une guerre des mots

Pour les internautes, liée à la propagande, la guerre des mots se manifeste, entre autres choses, par l'utilisation d'un vocabulaire précis. Alors que « CNN » parle d'une guerre de libération, Al-Jazeera parle d'« invasion ». Il s'agit pour le Pentagone d'envoyer « des forces de coalition » ; la chaîne qatarienne les qualifie de « forces d'invasion ». Ce changement de vocabulaire contribue à accentuer la perception que les téléspectateurs se font de la chaîne qu'ils regardent. Ceci peut les conforter dans leurs prédispositions.

Pour les internautes, la guerre en Irak a donc entraîné une grande opération de communication déployée par les réseaux d'information continue que sont CNN, Fox News et Al-Jazeera. Elles semblent toutes vouloir « vendre » la guerre à l'opinion internationale. Comme les commentaires des internautes tendent à le démontrer elles maîtrisent leur flux d'information et censurent certaines images. Par contre, elles ne peuvent contrôler la perception de ces images par les téléspectateurs, comme le comportement de nos téléspectateurs-internautes le prouvent, car si les frontières politiques peuvent être abolies, les frontières culturelles ne le sont pas.

#### 4.2 Commentaires sur les textes des internautes américains recevant et analysant les images de CNN, Fox News et Al-Jazeera

Comme dans la partie précédente (4.1) qui présentait les textes européens et québécois, nous nous attacherons ici à décrypter et à commenter les textes provenant de journalistes et chercheurs Américains.

Dans notre lecture de ces textes, nous avons constaté qu'au-delà de l'aspect propagandiste que pouvait avoir les chaînes américaines et arabes, ce qui était vraiment important pour ces auteurs américains était d'expliquer la complexité de la structure médiatique, notamment américaine.

##### 4.2.1 L'administration Bush et les médias américains

###### 4.2.1.1 L'après 11 septembre 2001

Pour ces internautes-récepteurs américains, les liens entre le gouvernement américain et les médias américains se sont accentués après les

attentats de New-York en 2001. Ces attentats spectaculaires qui ont fait des milliers de morts ont suscité l'émoi de toute l'Amérique, aussi bien dans le domaine politique et que dans le domaine médiatique. Ils ont conduit les États-Unis et l'administration Bush à mettre en place une chasse à l'homme et une guerre contre le terrorisme dont les médias américains se sont fait l'écho.

Pour Alex Jones, directeur du Centre de la Presse, des Politiques et des politiques publiques à l'Université de Harvard, l'alignement des médias derrière le président et son administration n'a rien d'étonnant. Cette démarche apparaît pendant la Seconde Guerre Mondiale après le bombardement de la base américaine de Pearl Harbor par les troupes japonaises. Les médias américains qui négligeaient cette guerre ne s'y sont intéressés que lorsque des vies américaines étaient en jeu. Alex Jones explique cela ainsi :

« Before the attack on Pearl Harbor, the Country was divided and newspapers failed to change opinions. Pearl Harbor changed everything. (..) In times leading up to war, there is a secular period characterized by debate and argument. But once the moment occurs when American lives are at stake, the nation enters a « sacred domain ». During World War II, The American press effectively signed up and went to war along with the soldiers.<sup>1</sup> »

C'est ainsi qu'après les événements tragiques de septembre 2001 les médias américains sont rentrés dans un « domaine sacré », appuyés par l'administration en place. Ce soutien du gouvernement par la presse s'est poursuivi pendant la guerre en Irak de 2003. Alex Jones précise alors que les médias américains ne dirigent pas nécessairement l'opinion publique. Pour lui,

---

<sup>1</sup> « Avant les attaques de Pearl Harbor, le pays était divisé et les journaux ne parvenaient pas à changer les opinions. Pearl Harbor a tout changé. En temps de guerre, il y a une période singulière caractérisée par le débat et la discussion. Mais dès que des vies américaines sont en jeu, la nation rentre dans un « domaine sacré ». Pendant la Seconde Guerre Mondiale, la presse américaine s'est engagée et est partie en guerre avec les mercenaires. »

c'est surtout le gouvernement qui présente au public l'Irak de manière hostile et dangereuse. Les médias suivraient alors la version officielle du gouvernement sans la questionner et la débattre.

Un autre facteur qui apparaît suite au 11 septembre et qui est fortement lié aux relations qu'entretiennent les médias et l'administration Bush est la déformation des faits. Eric Klinenberg, professeur à l'Université de Chicago souligne dans son article exceptionnellement rédigé en français *Contestation de l'ordre médiatique*, que la déformation des faits par les journalistes américains a largement contribué au soutien populaire de la guerre. Il soutient :

Selon une enquête réalisée par l'Université du Maryland en octobre 2003, 60% des Américains et 80% de ceux qui regardent Fox News- croyaient au moins une de ces trois contrevérités : 1. On a découvert des armes de destruction massive en Irak; 2. Il existe des preuves d'une alliance entre l'Irak et Al-Qaida; 3. L'opinion publique mondiale soutient l'intervention militaire en Irak. Plus les téléspectateurs regardaient la principale chaîne d'information continue, plus ils étaient susceptibles de croire ces allégations.

Pour Eric Klinenberg, cette enquête démontre que lorsque le message est suffisamment martelé, il finit par prendre des apparences de vérité. Ces manipulations ont pour conséquence de légitimer la politique de George W. Bush auprès des américains qui, sinon, pourraient voter contre lui.

Outre l'influence du politique sur les médias et la déformation des faits pour légitimer certaines actions du gouvernement, les auteurs évoquent le problème de l'influence économique sur le traitement médiatique de la guerre.

#### 4.2.1.2 Les internautes Américains de notre corpus soupçonnent le traitement médiatique d'être sujet à l'influence économique

Pour les auteurs américains, cette influence est difficile à contrôler dans la mesure où dix entreprises se partagent ce qu'ils appellent « le marché » de l'actualité aux États-Unis. Ainsi, Éric Klinenberg rappelle que la guerre en Irak de 2003 a vu enfler la contestation de l'ordre médiatique aux États-Unis. Il souligne que « pour la première fois dans l'histoire américaine, la question de l'appropriation des médias par des entreprises privées est rentrée dans le débat politique ». Il ajoute également que la réforme des médias « représente le problème le plus grave auquel est confronté aujourd'hui le peuple américain ». Pour lui, il est nécessaire que les États-Unis se réapproprient le débat au nom de la sauvegarde de la démocratie. Il qualifie les télévisions de « substances toxiques » et les radios d'« entités silencieuses ».

Par ailleurs, pour eux, cette influence économique entraîne le manque d'esprit critique des journalistes, notamment en ce qui concerne le traitement médiatique de la guerre en Irak. Klinenberg rappelle que, dans certaines villes américaines, une seule entreprise possède la totalité des stations radios et télévisions locales. Il est donc difficile pour les habitants de trouver quelque chose qui ne soit pas de l'« informercial » c'est-à-dire un message publicitaire maquillé en bulletin d'information. D'après l'auteur, cette menace trouve sa meilleure illustration dans la couverture de la guerre en Irak. Il écrit :

Avant l'invasion de l'Irak, les médias n'ont prêté presque aucune attention à la majorité des Américains qui préféreraient attendre la fin des inspections et ne souhaitent pas déclencher les hostilités sans le soutien de l'opinion internationale et des Nations-Unies. Aujourd'hui encore, ces mêmes médias n'enquêtent que très rarement sur les pertes civiles en Irak. Plus grave, les organes de presse coopèrent avec le Pentagone pour édulcorer la guerre et diffusent un minimum d'images de mercenaires américains tués et de caissons de transport qui rapatrient les corps aux États-Unis.

Il affirme aussi que « si les Américains voyaient en une semaine ce que voit le reste du monde, ils refuseraient de soutenir la guerre. Mais la plupart de nos reportages ressemblent à des publicités pour du matériel militaire ». Il est donc nécessaire pour la population américaine de se documenter aussi auprès de la presse étrangère pour avoir une information précise.

Pour les internautes américains de notre corpus, les médias américains subissent donc une double influence : celle du gouvernement et celle des grandes entreprises privées (comme Fox qui détient Fox News). De plus, les auteurs précisent que certaines chaînes comme CNN et Fox News subissent également l'influence néfaste de l'armée, notamment à cause de la technique de l'« embedding ». Cependant certains journalistes américains y voient la possibilité de faire une investigation du conflit en profondeur.

#### 4.2.2 Selon les internautes de notre corpus, CNN et Al-Jazeera couvriraient deux guerres différentes

La guerre en Irak a engendré une bataille pour le contrôle des médias et donc des images. Tout comme les auteurs européens, certains auteurs



américains dont Danny Schechter, rédacteur du site Mediachannel.org, reconnaissent qu'il existe une différence entre le traitement médiatique de la guerre voulu par CNN et celui proposé par Al-Jazeera. Ce traitement apparaît dans l'utilisation des images faite par les deux chaînes. Ainsi, Schechter, dans son article, *TV at war, TV as war*, note sur le site Internet [www.mediachannel.org](http://www.mediachannel.org) : « This contrast of images is also seen on TV when you compare CNN's antiseptic and sanitized coverage to Al-Jazeera's depiction of a far bloodier conflict.<sup>2</sup> »

Selon les internautes américains que nous avons sélectionnés pour notre étude, le contrôle de ces images façonne ainsi la perception de la guerre par les téléspectateurs américains et arabes. Pour Schechter, CNN se contente de présenter de belles images de la guerre et des mercenaires américains alors qu'Al-Jazeera propose une vision plus « réelle » du conflit en étant là où les caméras de CNN ne sont pas, c'est-à-dire près des Irakiens, dans la rue. Il résume ainsi son point de vue :

« The two networks are playing a powerful role in shaping perceptions of the war. A look at 24 consecutive hours of programming on CNN and Al-Jazeera reveals many differences, both dramatic and subtle. CNN offers human-interest features with the families of U.S. POWs. Al-Jazeera keeps updating the war's death toll. CNN viewers expect the latest technology, such as lipstick cameras and night vision, and they get it. Al-Jazeera has had unusual access in places such as Baghdad and Basra, so it could offer its audience a street-level view of the war's impact on Iraqis. CNN's correspondents were all either pulled out or kicked out of Baghdad.<sup>3</sup> »

<sup>2</sup> « Le contraste des images est également à la télévision quand vous comparez la couverture aseptisée et propre de CNN au portrait d'un conflit sanglant par Al-Jazeera. »

<sup>3</sup> « Les deux réseaux jouent un rôle puissant dans le façonnement des perceptions de la guerre. Regarder pendant 24 heures CNN et Al-Jazeera révèle de nombreuses différences, à la fois dramatiques et subtiles. CNN offre une vision humaine en montrant les familles des mercenaires. Al-Jazeera compte le nombre de morts. Les téléspectateurs de CNN s'attendent à avoir la dernière technologie, comme des petites caméras et une vision nocturne, ils l'obtiennent. Al-Jazeera a eu un accès rare à certains endroits comme Bagdad et Basra, elle a donc pu offrir à son public une vision plus terre à terre de l'impact de la guerre sur les Irakiens. Les correspondants de CNN ont été retirés ou mis dehors. »

Si le traitement de la guerre en Irak est bien différent entre ces deux chaînes, l'auteur nous rappelle qu'il ne faut pas oublier qu'elles obéissent toutes les deux aux lois du marché. Elles cherchent toutes les deux à attirer les annonceurs et un nouveau public ainsi qu'à leur plaire. Pour, notre internaute, elles mettent donc en œuvre tous les subterfuges de la propagande pour remporter cette course aux cotes d'écoute dans la mesure où il y a d'importants enjeux financiers. En cela, Danny Schechter rejoint les auteurs européens et américains que nous avons cités précédemment dans la vision d'une structure médiatique influencée par les lois économiques et donc placées sous la tutelle de grandes entreprises privées.

Si Schechter s'est particulièrement intéressé aux cas de CNN et d'Al-Jazeera, il n'oublie pas Fox News. Cependant, il juge la chaîne trop propagandiste et déclare Fox News « offender of journalistic practice » (une insulte à la pratique journalistique).

#### 4.2.2.1 Al-Jazeera, une chaîne qui dérange

Si certains auteurs américains comme Alex Jones, Eric Klinenberg, Danny Schechter semblent avoir plus de retenue dans leur analyse du traitement médiatique de CNN, Al-Jazeera et Fox News, d'autres auteurs américains comme Jeremy Scahill sont féroce­ment critiques dans leur analyse des réseaux américains et plébiscitent la chaîne qatare pour sa couverture exemplaire de la guerre en Irak, notamment en ce qui concerne la bataille de Fallujah. Ils accusent même les chaînes américaines de mal faire leur travail et d'être totalement à la merci de l'administration Bush. Administration qui juge Al-Jazeera trop nuisible et tente de la détruire.

Jeremy Scahill, journaliste pour *The Nation* publie sur le site Internet [www.geek.com](http://www.geek.com) un article *The war on Al-Jazeera*. Dans cet article, il revient sur la bataille sanglante de Fallujah.

« The Fallujah offensive, one of the bloodiest assaults of US occupation, was a turning point. In two weeks that April, thirty marines were killed as local guerillas resisted US attempts to capture the city. Some 600 Iraqis died, many of them women and children. Al-Jazeera broadcasted from inside the besieged city, beaming images to the world. On live TV the network gave graphic documentary evidence disproving US denials that it was killing civilians. It was a public relations disaster, and the US responded by attacking the messenger.<sup>4</sup> »

Pour défendre cette thèse, Scahill s'appuie sur le témoignage d'un correspondant d'Al-Jazeera à Fallujah, Ahmed Mansour. Ce dernier confirme que les menaces de l'administration américaine ont conduit à la cessation d'activité de la chaîne pendant deux jours, sous peine d'être bombardée.

Jeremy Scahill condamne alors les pratiques du gouvernement Bush et reconnaît à Al-Jazeera une forme d'indépendance à l'égard du régime américain. Il écrit : « Al-Jazeera's real transgression during « the war of terror » is a simple one: being there. While critical of Bush Administration and US policy, it is not anti-American, it is independent.<sup>5</sup> »

---

<sup>4</sup> « L'offensive de Fallujah, un des assauts les plus sanglants de l'occupation américaine a été un tournant. Ce mois d'avril, en deux semaines, trente « Marines » ont été tués dans des guérillas de résistance contre la prise de la ville par les États-Unis. Quelque 600 irakiens sont morts, beaucoup étaient des femmes et des enfants. Al-Jazeera a diffusé ces images au monde entier depuis la ville assiégée. En direct à la télévision, la chaîne apportait les preuves documentées du refus des États-Unis d'admettre qu'il y avait des tués parmi les civils. C'était un désastre en relations publiques et les États-Unis ont répondu en attaquant le messenger. »

<sup>5</sup> « La seule transgression d'Al-Jazeera pendant cette « guerre de la terreur » est simple : être là. Être critique à l'égard de l'administration Bush et de sa politique, ce n'est pas être anti-américain, c'est être indépendant. »

Ainsi, l'auteur soutient fortement la politique de la chaîne qatare. Le caractère indépendant d'Al-Jazeera est repris par le journaliste Chris Suellentrop avec quelques précisions. Il considère la chaîne aussi juste que CNN et plus indépendante parfois que ces concurrentes américaines (notamment Fox News). En effet, il n'y a pour lui que très peu de différence entre les deux chaînes dans leur traitement de l'information, spécialement et surtout en temps de guerre. Elles présentent toutes deux les perspectives des pays dans lesquels elles se trouvent. Il déclare notamment dans son texte, *Al-Jazeera, it's just as fair as CNN* : « American TV news has always presented an American perspective, just as Al-Jazeera presents an Arab perspective <sup>6</sup> ».

Certains auteurs américains admettent donc « les faiblesses » de leur structure médiatique. Ils reconnaissent le poids de l'administration Bush dans les prises de décision de ce qu'il est bon de montrer ou pas. Ils reconnaissent aussi une certaine censure influencée par les grands groupes financiers et l'armée. Si Al-Jazeera peut leur paraître impertinente, ils lui concèdent une certaine forme d'indépendance.

---

<sup>6</sup> « La chaîne d'information américaine a toujours présenté une perspective américaine, tout comme Al-Jazeera présente une perspective arabe. »

### 4.3 Commentaires sur les textes des internautes arabes recevant et analysant les images de CNN, Fox News et Al-Jazeera

#### 4.3.1 L'administration Bush et le problème des images de guerre

L'une des principales accusations que nous avons relevées dans ces textes d'internautes arabes est liée à la politique du président américain George W. Bush et à son administration.

Comparé par les auteurs arabes à un dictateur, Bush serait totalement responsable de la guerre en Irak et refuserait d'admettre d'une part, son rôle décisif dans l'engagement de son pays dans ce borbier, de l'autre le nombre de victimes sacrifiées par sa faute. Dans son texte, *Hiding the dead bodies in Iraq*, l'éditorialiste palestinien du journal en ligne *Nilemedia*, Ahmed Amr compare directement George Bush à Staline et le tient responsable de l'échec et du carnage irakien.

« This is a man as blind as Stalin when it comes to the suffering he has inflicted on million of people around the globe. Like the former Soviet dictator, he probably subscribes to the view that the death of a single man is a tragedy and the slaughter of million is a statistic. He refuses to recognize the terrible human catastrophe he unleashed by launching this war of choice.<sup>7</sup> »

Avec plus de véhémence , il attaque le président et son administration sur leur volonté de cacher le nombre de victimes, surtout irakiennes. Il déclare : « The Bush administration deliberately avoids broadcasting accurate estimates to

---

<sup>7</sup> « C'est un homme aussi aveugle que Staline quand il s'agit de la souffrance qu'il a infligé à des millions de personnes autour du globe. Comme l'ancien dictateur soviétique, il partage le point de vue selon lequel la mort d'un seul homme est une tragédie mais que le massacre de millions d'hommes est une statistique. Il refuse de reconnaître la terrible catastrophe humaine qu'il a déclenché en lançant cette guerre voulue. »

keep the average American in the dark about the extent of agony Bush has inflicted on the average Iraqi.<sup>8</sup> »

Ahmed Amr rappelle aussi le lien entre les grands groupes de presse américains et le président Bush. Tous, et Fox en particulier participeraient à la « mésinformation » volontaire du public pour cacher les agissements de Bush. La presse américaine serait donc totalement au service de Bush et de ses supporters fortunés.

« The President and his apologists have managed to enlist virtually every major American media outlet in his conspiracy of silence. George consistently tells the same blatant lies and consistently gets away with it because the media lords cover him up. Even today, his campaign of « misinformation » has one out of every two Americans believing that Iraq had WMDs.[...] With media allies like Rupert Murdoch and CNN, Bush can be as inflexible and « misunderstanding » as he wants.<sup>9</sup> »

Ainsi pour Ahmed Amr, Bush, son administration et ses relations avec les grands magnats de la presse américaine sont responsables en grande partie du chaos irakien. Il s'insurge cependant contre son caractère inéluctable. Pour lui, le système médiatique américain est gangréné.

#### 4.3.2 « La conquête des cœurs et des esprits »

Cette formule souvent répétée dans les textes arabes est celle que George W. Bush utilise quand il annonce l'entrée en guerre des États-Unis

<sup>8</sup> « L'administration Bush évite délibérément de diffuser des estimations pertinentes sur l'étendue de l'agonie infligée à l'irakien moyen pour garder l'américain moyen dans le noir »

<sup>9</sup> « Le Président et ses apologistes ont réussi à engager virtuellement chaque média américain important dans sa conspiration du silence. George dit systématiquement le même mensonge éhonté et s'en sort systématiquement parce que les seigneurs des médias le couvrent. Même aujourd'hui, sa campagne de « mésinformation » réussit à faire croire à un américain sur deux qu'il y avait des armes de destruction massive en Irak. [...] Avec les médias comme alliés, à savoir Rupert Murdoch et CNN, Bush peut être inflexible et « mal compris » comme il le souhaite »

contre l'Irak. Au-delà de son côté sentimental, cette citation révèle, pour les internautes critiques, la véritable stratégie de communication de l'administration Bush. Cette guerre est une guerre de langage et de perception. En cela, le point de vue des auteurs arabes se rapproche de celui des Européens et des Américains. Cette guerre du langage passe par l'emploi d'un nouveau vocabulaire, surtout lorsqu'il s'agit de parler de victimes de guerre. Par exemple, l'expression «human remains pouches» (poches contenant les dépouilles) a été préférée à «body bags » (sacs mortuaires).

Cette guerre passe aussi par la censure des images que le gouvernement américain juge trop choquante. Dans son article *News speak and New speak: How language did its bit for the US war effort in Irak*, le journaliste Hammorabi souligne l'absence de ces images des médias américains. Il note :

« Pictures of American dead and wounded are erased from the national memory. [...] Certainly the uglier aspects of the reality of war are not covered by US media for the obvious reasons that they do not help maintain support for the same war.<sup>10</sup> »

Selon lui, les téléspectateurs américains qui ne s'exposent pas à des sources d'information extérieures, donc étrangères, ne sont pas correctement informés des problèmes majeurs de la guerre en Irak et de ses conséquences. Il explique également que cette désinformation réalisée par CNN et Fox News profite à la chaîne qatare. Il s'indigne contre la vision sensationnaliste que les Américains ont de la chaîne. Pour l'auteur, Al-Jazeera ne fait que son devoir. Elle informe

---

<sup>10</sup> « Les images des Américains morts ou blessés sont effacées de la mémoire nationale. Les aspects les plus moches de la guerre ne sont certainement pas couverts par les médias américains pour les raisons évidentes qu'elles n'aident pas à soutenir la même guerre. »

contrairement aux autres chaînes américaines. Il déclare : « Al-Jazeera was accused of outrageous sensationalism for sometimes mentioning facts and showing pictures of high news content value that were simply ignored by mainstream western coverage.<sup>11</sup> » Pour Hammorabi, la guerre des cœurs et des esprits passe donc par le langage, les images et elle repose sur la désinformation. Séduire, émouvoir et influencer les esprits pour que ces derniers soient plus disposés à voter en faveur d'un candidat, c'est ce qu'il explique en ces mots sur le site Internet [www.tbsjournal.com](http://www.tbsjournal.com) :

« Whoever dominates the information channels and wins people's heart and convictions is likely to win the new, global war on terror [...] In shaping perceptions and influencing minds, you first speak to your domestic electorate and then to an international audience.<sup>12</sup> »

Cette idée de conquérir un public par l'utilisation de moyens peu scrupuleux comme la censure et la désinformation est reprise par les deux auteures Tanya Goudsouzian et Shadiah Abdullah dans leur article *Media wages a war of its own*. Elles reviennent sur le contraste entre les images de guerre présentées par les médias occidentaux comme CNN et celles d'Al-Jazeera. Elles condamnent les chaînes américaines qui ne feraient que promouvoir la politique américaine en censurant les images du carnage de la guerre. Elles opposent le traitement hollywoodien de CNN qu'elles qualifient de grotesque à celui d'Al-Jazeera.

---

<sup>11</sup> « Al-Jazeera a été accusée de sensationnalisme outrageux pour avoir mentionné des faits et montré des images au contenu important qui ont simplement été ignorées par la couverture médiatique générale occidentale. »

<sup>12</sup> « Quiconque domine les canaux d'information et gagne le cœur et les convictions des gens est susceptible de gagner la nouvelle guerre globale de la terreur. En façonnant les perceptions et en influençant les esprits, vous parlez d'abord à votre électorat national puis à votre public à l'international. »



« The shocking image of a baby with her half face burnt was played up by the Arab media, but Western press, particularly CNN and BBC, continued to project a sanitised Hollywood-like version of war- spectacular explosions, billowing smoke and shaky camera.<sup>13</sup> »

Les auteures reprochent à CNN de pratiquer l'auto-censure et d'accuser Al-Jazeera de leur être hostile. En s'appuyant sur les propos du vice-président de CNN International Europe (Tony Maddox) et du chef des communications et relations médias d'Al-Jazeera (Jihad Ali Ballout), les deux journalistes comparent les points de vue des deux hommes en ayant visiblement un parti pris pour Al-Jazeera. Le vice-directeur de CNN qui reconnaît pratiquer l'auto-censure déclare : « certain judgements on taste and decency are made so as not to show gratuitous images of pain and suffering.<sup>14</sup> » A cela, le directeur en communication d'Al-Jazeera rétorque :

« War creates carnage, death and destruction. Al-Jazeera will not be a tool in anybody's propaganda war. In other words, we report what we see and do not report what we are told to report.<sup>15</sup> »

En faisant le choix de présenter deux points de vue en opposition, Tanya Goudsouzian et Shadiah Abdullah étayent leur thèse selon laquelle Al-Jazeera serait la chaîne qui rapporterait le plus fidèlement le conflit irakien.

---

<sup>13</sup> « L'image choquante d'un bébé avec la moitié de son visage brûlé a été diffusée par les médias arabes, mais la presse occidentale, CNN et BBC en particulier, ont continué à diffuser une version hollywoodienne aseptisée de la guerre – des explosions spectaculaires, de la fumée tourbillonnante et une caméra tremblante. »

<sup>14</sup> « certains jugements de goût et de décence sont faits de façon à ne pas montrer des images gratuites de douleur et de souffrance »

<sup>15</sup> « La guerre crée le carnage, la mort et la destruction. Al-Jazeera ne sera l'objet de propagande de quiconque. En d'autres mots, nous rapportons ce que nous voyons et ne rapportons pas ce que l'on nous dit de rapporter »

## CHAPITRE V

### ANALYSE ET INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS

#### 5.1 La culture des utilisateurs d'Internet détermine-t-elle leur perception des médias internationaux ?

Dans ce chapitre, nous soulignons les différentes perceptions des auteurs (québécois, européens, américains et arabes) qui reçoivent les images de guerre de CNN, Fox News et Al-Jazeera. Nous analysons ces perceptions à la lumière des théories sur la réception active développées par Hall et Ravault. Nous analyserons d'abord les textes des auteurs québécois et européens, puis les textes des auteurs américains et enfin les textes des auteurs arabes.

##### 5.1.1 Réception des programmes télévisés par les internautes québécois et européens

Tout au long de leurs discours, ces journalistes et conférenciers ont transformé en « message » les programmes des chaînes télévisées comme des dérivés du système médiatique américain. Ils comparent le traitement de la guerre en Irak fait par CNN et Fox News à celui d'Al-Jazeera. Ils mettent en relief deux points importants selon eux : la chute du modèle médiatique américain et l'essor de la chaîne qatare Al-Jazeera, comme éventuel modèle de démocratisation de l'information. Ils restent cependant très vigilants à l'égard de la chaîne arabe.

Nous étudierons alors comment leur culture transparaît dans leurs discours mais aussi dans quelle mesure et comment cette dernière a influencé ou pas

leur perception. Nous chercherons à savoir et à comprendre si la culture de nos internautes a été déterminante dans la construction du sens des propos qu'ils tiennent sur Internet. Nous analyserons le rôle de leur culture à travers les deux points développés par les auteurs : le déclin du système américain et l'émergence d'Al-Jazeera.

Pour comprendre si la culture des internautes-récepteurs de notre corpus a joué un rôle déterminant dans leur perception du traitement de l'information, nous nous sommes appuyées sur les théories de la réception active développées par Stuart Hall. Ainsi face aux images de guerre de CNN, Fox News et Al-Jazeera, les auteurs ont adopté la seconde position type de Stuart Hall (1984, p.35). Il s'agit de ce qu'il nomme « le mode négocié ». En effet, dans ce « mode négocié », le récepteur accepte une partie du « produit communicationnel » émis mais l'adapte ou s'y oppose en partie. Les auteurs des discours diffusés sur Internet ont donc reçu les informations des chaînes qu'ils ont en partie acceptées et auxquelles ils se sont parfois opposés. Par leur culture, ils ont pu interpréter les « produits communicationnels » des chaînes américaines, les adapter (en partie) et en voir les limites. La culture à laquelle ils appartiennent leur a permis d'attribuer un sens aux produits communicationnels qu'ils ont reçus et de les transformer en messages. Ces messages, une fois diffusés sur Internet, deviennent des « produits communicationnels » que d'autres observateurs, dont nous-même, devons prendre en compte et interpréter pour qu'ils deviennent à leur tour « les messages » que ces derniers ont décryptés. Ces ultimes destinataires transforment les propos des critiques en « messages » en en construisant le sens à leur tour. À chaque phase du processus communicationnel l'ultime « message » est conçu par l'ultime destinataire.

Tout ce qui s'est dit ou écrit ou projeté est sujet à l'ultime interprétation des ultimes récepteurs. Ils agissent à leur tour à partir du « message » qu'ils tirent, eux-mêmes, de tout ce à quoi ils se sont exposés.

Ainsi, issus de pays qui se sont opposés à l'intervention des troupes américaines en Irak, ces journalistes et conférenciers européens semblent s'être inscrits dans la même ligne de pensée que le pays auquel ils appartiennent. Leur culture détermine alors en partie leur réception et leur interprétation des images provenant des télévisions américaines et arabes. Qu'ils soient donc québécois ou européens, ces auteurs de discours sur Internet laissent transparaître leur culture à travers leur manière de rendre compte de leur perception qu'ils ont des médias. Parfois accusateurs, ils écrivent sur Internet leur interprétation de la guerre au regard des informations qu'ils ont reçues, et auxquelles ils ont attribué un sens.

Ainsi, ils ont tous un point commun. Ils perçoivent les informations émises par les chaînes américaines d'information comme étant propagandistes. Propagande qui serait, entre autres, à l'origine des dérives du système médiatique américain. Ces auteurs jugent notamment, parfois avec véhémence, les images de guerre diffusées par CNN et Fox News. Ils constatent les différences dans le traitement de ces images de guerre entre les chaînes américaines et Al-Jazeera. Josée Hansen écrit par exemple, sur son site Internet *My Tv is green* :

Si des images de prisonniers de guerre américains furent diffusées en boucle comme des trophées sur Al-Jazeera, elles furent ressenties comme humiliantes par les chaînes américaines et uniquement diffusées « floutées » aux USA. Si des images d'enfants irakiens blessés par les bombardements américains [...] sont avant tout diffusées par les chaînes arabes et européennes et que CNN les ignore toute la journée, l'école aurait là des exemples marquants et en temps réel du fonctionnement de la propagande et à quel point la surinformation n'est qu'un leurre, qu'il s'agit toujours autant de désinformation.

Cette propagande conduit donc à la désinformation. Pour les auteurs, cette désinformation qui repose sur la diffusion d'informations délibérément fausses ou réinterprétées a pour but d'imposer une perception favorable à la volonté du gouvernement. Pour ces internautes francophones, la désinformation s'appuie aussi sur une guerre des mots qui repose sur l'usage d'un vocabulaire spécifique et sur une guerre des images, comme nous l'avons évoqué dans le précédent chapitre.

Par ailleurs, dans leur interprétation des images américaines, les internautes francophones soulignent qu'il est nécessaire de prendre en considération un autre facteur important qui contribue à mettre en place une télévision propagandiste : la censure. Originaires de pays où la presse et les médias télévisuels semblent être plus libres qu'aux États-Unis, ces journalistes condamnent les techniques de CNN et Fox News au nom de la liberté d'expression. Le journaliste Giulietto Chiesa dans son texte *La résistance imprévue des médias non alignés* écrit :

Par chance nous sommes en Europe, non pas dans un pays dominé par CNN ou pis Fox News. Regardez ce qui se passe de l'autre côté de l'océan. Les masses « terrorisées » d'outre-Atlantique ont été conditionnées à tel point qu'elles en sont réduites à confirmer leur confiance en l'empereur quoi que ce dernier décide de faire.

Les journalistes et conférenciers reprochent aussi à la chaîne de Ted Turner (CNN), d'une part, de pratiquer l'« embedding » qui nuirait au professionnalisme du journaliste puisque ce dernier se trouve à la fois sujet et objet de la guerre qu'il est sensé décrire, d'autre part, de pratiquer l'auto-censure. Ceci afin de plaire au Pentagone et d'épargner la sensibilité des téléspectateurs. Pour ces journalistes, les relations qu'entretiennent les médias américains avec le gouvernement sont sans équivoque. S'ils ne peuvent apporter la preuve des liens entre CNN et le ministère de la Défense américain, les auteurs s'appuient sur des témoignages qu'ils ont recueillis.

Les internautes-récepteurs francophones ont donc un regard critique à l'égard des chaînes américaines. Leur position vis-à-vis d'elles est distanciée. Ils ne se contentent pas de reprendre les « produits communicationnels » qu'elles diffusent. Leur culture a déterminé le regard qu'ils portent à ces informations. Nous pourrions supposer qu'en percevant les images de CNN et de Fox News comme des images au service d'une propagande américaine à peine dissimulée, nos internautes s'aligneraient, par opposition, derrière la politique d'Al-Jazeera. Cela est plus subtil qu'il n'y paraît.

En effet, ces journalistes québécois et européens reconnaissent la légitimité d'Al-Jazeera et y voient une nouvelle forme de démocratisation de

l'information. En opposition à CNN et à Fox News, Al-Jazeera leur proposerait une pluralité de points de vue en offrant notamment le regard du camp adverse sur la guerre en Irak. Cependant certains d'entre-eux doutent de la neutralité de la chaîne en rappelant les liens qui existent entre l'émirat du Qatar et les États-Unis. De plus, Al-Jazeera apparaît, pour certains journalistes, dont Olfa Lamoulou et François-Bernard Huyghe, comme un peu propagandiste. S'ils approuvent son action de diffuser les images des victimes de guerre, aussi bien américaines qu'irakiennes, d'Abu Ghraib et de Fallujah, ils lui reprochent de trop forcer le trait.

D'autres auteurs ont aussi adopté une position négociée à l'égard de la réception qu'ils ont des images diffusées par Al-Jazeera. Ils en reconnaissent et légitiment l'existence mais s'opposent à l'usage excessif qu'elle fait de ces images. Cet usage correspond à une forme d'idéologie. Idéologie mise en place, tout comme CNN, grâce à l'utilisation d'un vocabulaire spécifique destiné à conquérir et à séduire le public. C'est ainsi que le maître de conférence à l'Institut des Études Politiques de Paris, Mohammed El Oifi et la responsable du Terrorisc, Anne Giudicelli rapportent :

La décision de la rédaction de la chaîne Al-Jazeera de qualifier les forces de coalition étasunienne de « forces d'invasion » et non de « libération » a participé à la formation d'une opinion publique arabe largement défavorable à la guerre. En cela, la chaîne Al-Jazeera peut-être considérée comme une entreprise idéologique. Le discours médiatique arabe défavorable à l'entreprise américaine a été dominant et Al-Jazeera a joué un rôle décisif. En raison du rejet du modèle américain et de l'incompréhension de la politique américaine qui animent depuis longtemps les opinions publiques arabes, Al-Jazeera a rencontré son public qui a lui-même trouvé une sorte de voix de la résistance.

Olfa Lamouloum résume ainsi le paradoxe de la chaîne :

La couverture de la guerre en Irak a révélé l'ambiguïté originelle d'Al-Jazeera. Non seulement la chaîne s'est refusée à propager le récit de la guerre comme entreprise de libération, mais elle a été un acteur à part entière dans ce conflit en raison de sa puissance de diffusion. A l'instar d'autres médias, la chaîne qatare a été partie prenante de la guerre et a participé activement à la bataille des images, des mots et des intelligibilités avant, pendant et après la guerre d'Irak.

Ainsi, en recevant les images de CNN, Fox News et Al-Jazeera, les auteurs québécois et européens ont adopté la deuxième position type de Hall où ce qu'il nomme « le mode négocié ». Ces auteurs reçoivent les images des chaînes mais n'en retiennent qu'une partie ou s'y opposent. Ils diffusent alors sur Internet leur perception et leur interprétation des événements irakiens. Cette perception et cette interprétation se font grâce à la culture de ces auteurs. Provenant de pays opposés à la guerre en Irak et dont le système médiatique veut que les médias soient libres de toute influence politique et économique, ils ont donc une perception des chaînes internationales américaines et arabes qui est ni tout à fait anti-américaine, ni tout à fait pro-arabe.

Par conséquent, ils s'accordent dans leurs discours pour reconnaître des faiblesses au système médiatique américain qui doit se réorganiser pour être plus démocratique et un réel désir de démocratisation de l'information de la part d'Al-Jazeera. De plus, pour ces journalistes et conférenciers, CNN et Al-Jazeera se ressemblent sur bien des points. Elles tentent toutes les deux d'influencer l'opinion publique pour ou contre la guerre. Elles reposent toutes les deux sur une entreprise idéologique qui a pour but de légitimer leurs actes et de séduire un nouveau public afin de gagner la course aux cotes d'écoute.



Selon les auteurs, par la désinformation (CNN) ou l'abondance d'information (Al-Jazeera), elles cherchent à dominer sinon le marché global de l'information, au moins leurs grands ensembles culturels respectifs. Pour cela, elles utilisent tous les outils destinés à la propagande de guerre à savoir : l'utilisation de nouveaux mots de vocabulaire et des images, reflétant la brutalité des conflits pour l'une (Al-Jazeera), la censure pour l'autre (CNN).

#### 5.1.2 Réception des programmes télévisés par les internautes américains

Alors que nous pouvions présupposer que les internautes-journalistes américains défendraient leur système médiatique et condamneraient Al-Jazeera, nous constatons le contraire lors de notre analyse. Quelques internautes-journalistes américains cherchent avant tout à expliquer la complexité de la structure médiatique de leur pays. Puis ils rejoignent le point de vue des journalistes québécois et européens sur le fait que les chaînes d'information continue américaine et arabe se livrent à une véritable guerre des images au nom de la propagande et des lois économiques. Ils ne s'opposent donc pas réellement à Al-Jazeera. L'un d'entre eux la soutient même fortement.

Il y a donc dans le cas de ces journalistes américains une influence toute relative de leur culture dominante sur la perception qu'ils ont des images de guerre diffusées par CNN, Fox News et Al-Jazeera. En effet, contrairement à la majorité de Américains qui pourraient croire en la légitimité de la guerre et des images rapportées par leurs télévisions, nos auteurs adoptent un point de vue plus distancié et se rapprochent de la perception des journalistes européens. Ils

ne semblent pas être soumis à la culture dominante américaine qui, si elle existe, voudrait que tout ce qui est diffusé par les médias arabes soit anti-américain et qu'à l'inverse, tout ce qui est diffusé par les médias américains soit anti-arabe et patriotique.

Par ce recul qu'ils ont vis-à-vis de la culture dominante, ces auteurs américains ont donc adopté la seconde position type de Hall, à savoir celle reposant sur un « mode négocié ». Ils admettent des qualités à leur système médiatique mais fustigent sa tendance à déformer voir occulter certains faits, notamment quand ils s'agit des exactions commises par les mercenaires américains à Abu Ghraib. Cette déformation serait validée par la Maison-Blanche. Danny Schechter écrit par exemple dans *Covering iraq: American medias vs. the world?* :

« The White House effectively put out a warning to all media to watch what they said. I think we are still feeling the effects of the warning, which is another form of manipulation. [...] The dynamics of censorship and self-censorship are very important. Medias filtered the realities of war and stories were sanitized.<sup>16</sup> »

Alex Jones ajoute cependant que cette censure peut aussi se faire par les téléspectateurs eux-mêmes. Il déclare : « I believe many people tend to filter out things they dislike or disagree with, which is one of the reasons why Fox News was so successful. They made it easy for people to avoid the bad news.<sup>17</sup> »

<sup>16</sup> « La Maison-Blanche a en effet émis un avertissement à tous les médias pour qu'ils fassent attention à ce qu'ils disent. Je pense que nous ressentons toujours les effets de cet avertissement, ce qui est une autre forme de manipulation (...) Les dynamiques de censure et d'auto-censure sont importantes. Les médias ont filtré les réalités de la guerre et les histoires ont été aseptisées. »

<sup>17</sup> « Je crois que beaucoup de gens ont tendance à filtrer les choses qu'ils n'aiment pas ou qu'ils désapprouvent, c'est une des raisons pour lesquelles Fox News a eu tant de succès. Ils ont permis plus facilement aux gens d'éviter les mauvaises nouvelles. »

Il n'y a pas que la responsabilité des chaînes de diffuser des informations justes, il est aussi important que les téléspectateurs fassent, autant qu'ils le peuvent, leur choix dans les chaînes qu'ils regardent. Toutefois, Alex Jones et Danny Schechter reconnaissent qu'il est nécessaire que le public aille chercher ailleurs (surtout à l'étranger) des informations plus pertinentes.

Ainsi, dans leur perception des médias américains et du traitement de la guerre, ces journalistes reconnaissent les faiblesses et les contradictions du système dans lequel ils sont pris. Sans réellement s'y opposer, ils suggèrent une forme d'autonomie des médias vis-à-vis du gouvernement en place. Nous pouvons alors penser qu'il est difficile pour ces journalistes d'avoir un regard totalement neutre sur la façon dont les médias de leur pays traitent les informations. Mais comme nous l'évoquions précédemment, ils ne s'alignent pas derrière la culture dominante que nous semblons percevoir depuis l'étranger, à savoir celle qui serait de soutenir la guerre en Irak et de condamner toutes les images provenant des chaînes arabes. Il y aurait d'autres variables à considérer pour expliquer le fait que ces journalistes ne suivent pas cette culture dominante, comme, par exemple, leur niveau d'instruction qui leur permet d'avoir le recul nécessaire pour analyser le système médiatique américain. Mais l'étude de ces variables, difficile à vérifier à travers Internet, pourrait éventuellement faire l'objet d'une autre recherche.

Concernant leur perception d'Al-Jazeera, les internautes américains rejoignent celle des journalistes européens. Ils ne s'opposent pas au traitement que fait la chaîne de la guerre en Irak. Ils comparent et constatent les différences et similitudes entre les deux chaînes, notamment dans leur rapport

aux images de Fallujah et d'Abu Ghraib. Alors que CNN et Fox News diffusent des images aseptisées de mercenaires avec leurs familles pour rassurer l'opinion publique américaine et justifier le bien-fondé de la guerre, Al-Jazeera présente une vision plus terre-à-terre d'un conflit sanglant et compte le nombre de victimes aussi bien américaines qu'irakiennes. De plus selon eux, Al-Jazeera et CNN se ressemblent en ce qu'elles utilisent les mêmes stratégies de persuasion, surtout en temps de guerre. Par stratégies de persuasion, les internautes-récepteurs entendent qu'elles jouent toutes deux sur le registre émotionnel de leurs téléspectateurs pour capter leur attention et justifier leurs gestes et points de vue de leur nation. En cela, les chaînes américaines et arabes donnent tout simplement la perspective du pays ou de l'ensemble ethno-religio-culturel dans lequel elles se trouvent.

Les auteurs américains s'accordent aussi sur le fait que la chaîne qatare est peut-être plus indépendante que ses concurrentes américaines. Ainsi face à Al-Jazeera, ils adoptent une position négociée. Ils en admettent les défauts mais y perçoivent une forme d'indépendance que CNN et Fox News auraient perdue.

Par ailleurs, comme nous l'évoquions au début de cette partie, un internaute américain, Jeremy Scahill a une perception sur Al-Jazeera totalement différente des autres internautes de son pays. En effet, dans son texte *The war on Al-Jazeera*, ce dernier accuse violemment l'administration Bush de vouloir détruire le seul média vraiment objectif dans cette guerre. Il rejette le traitement de l'information de CNN et Fox News en leur reprochant de ne faire que de la propagande et d'être à la merci du gouvernement qui veut cacher la vérité sur les conséquences dramatiques de cette guerre. Il reprend le

cas de l'offensive de Fallujah où des mercenaires américains ont été tués et pendus devant les caméras du monde entier. Cet événement n'a pratiquement pas été traité par CNN et Fox News. Selon Scahill, seule Al-Jazeera s'en est faite l'écho. Face à ce rejet des médias américains, cet internaute-récepteur semble donc avoir adapté la troisième position type décrite par Stuart Hall. Il s'agit du « mode oppositionnel » par lequel le récepteur oppose le discours idéologique auquel il adhère à celui dont il refuse les connotations comme les dénnotations. Cette situation se produit lorsque le récepteur qui appartient à un mouvement d'opposition a développé son propre code de démystification. Scahill ne reconnaît donc pas la culture dominante dont il ne subit plus l'influence.

### 5.1.3 Réception des programmes télévisés par les internautes arabes

Nous avons pu relever, dans les discours des internautes arabes, que ces derniers avaient adopté la troisième position type de Hall qui est celle du « mode oppositionnel » (expliquée précédemment). Ils sont très largement opposés au président George W. Bush et à son administration. Ils qualifient ce dernier de dictateur sanguinaire et souhaitent que son gouvernement arrête d'accuser les médias arabes de sensationnalisme. Pour eux, l'administration Bush appuyée par les grands groupes de presse dissimule les véritables images du conflit. Le journaliste palestinien Ahmed Amr écrit à ce propos dans *Hiding dead bodies in Iraq* :

« Rupert's minions, the Murdochrats have been assigned to keep the score. The public square is infested with neo-charlatans who drown out dissenting voices with the monstrous mass media apparatus under their command, allowing the carcasses of tens of thousands of human beings to disappear before our eyes.<sup>18</sup> »

La perception de cet internaute-récepteur palestinien nous a permis de mettre en évidence une des variables que nous évoquions au début de notre recherche, à savoir la zone géographique d'où proviennent nos internautes. Dans le cas d'Ahmed Amr, nous pouvons supposer que le fait qu'il soit originaire d'un pays constamment en guerre avec Israël a influencé sa perception des États-Unis et de leurs médias. En effet, nous savons que dans le conflit israëlo-palestinien l'administration Bush a toujours apporté son soutien à Israël et montré quelques hostilités envers la Palestine. La perception de ce journaliste serait déterminée à la fois par sa culture et par son origine géographique.

Aussi, la culture détermine la perception de ces journalistes arabes dans le sens où leurs pays d'origine semblent être traditionnellement opposés au régime américain à cause des nombreux conflits existants dans la région du Proche et Moyen-Orient, qui mettent aux prises les États-Unis et les pays arabes. Ils accusent ainsi l'administration Bush de manipulation, de censure et de désinformation et rejoignent en cela la perception des journalistes européens. Comme ces derniers, ils reprochent au gouvernement américain de se laisser séduire par les lois du marché en voulant maîtriser les canaux de l'information pour séduire et conquérir un nouveau public. Pour ces internautes

---

<sup>18</sup> « Les mignons de Rupert, les Murdochrates ont eu pour mission de contrôler le nombre de victimes. La place publique a été envahie de néo-charlatans qui ont couvert les voix dissidentes par un énorme appareil médiatique placé sous leur commande, permettant à des dizaines de milliers de carcasses d'êtres humains de disparaître sous nos yeux »

arabes, les médias américains ne feraient pas vraiment de l'information mais plutôt du divertissement à la manière hollywoodienne. A l'inverse, Al-Jazeera ferait son devoir en donnant des informations précises et pertinentes sur la brutalité du conflit irakien et ses conséquences.

Au delà d'être en opposition totale avec les médias américains, les internautes arabes se posent en résistants à l'influence (néfaste, selon eux) des médias américains. Leur culture et leur provenance géographique déterminent la perception négative qu'ils ont de CNN et de Fox News. Par contre, ils se retrouvent tous en Al-Jazeera qu'ils jugent plus pertinente que ses concurrentes occidentales. Il faut dire aussi que la chaîne qatare est la seule à bénéficier d'une large diffusion en langue arabe dans le monde arabe.

## 5.2 L'« effet boomerang » et l'apparition de courants de pensée

Les internautes-récepteurs québécois, européens, américains et arabes ont souvent adopté la seconde position de Hall dans leur réception des produits communicationnels émis par les chaînes d'information continue américaines et arabes. Dans ce « mode négocié », les internautes ont accepté les aspects dénotatifs du discours dominant tout en refusant les aspects connotatifs. Cependant, certains d'entre eux ont eu une position plus affirmée et se sont opposés à ces produits en les rejetant parfois totalement. Ce « mode oppositionnel » décrit par Hall est ce que Ravault nomme l'« effet boomerang » ou l'impact contre-communicatif des médias. Les images diffusées par CNN et Fox News sont utilisées contre ces chaînes pour mieux les critiquer. Cet effet

apparaît à travers différents courants de pensée qui sont davantage présents chez nos internautes européens et américains.

Le premier courant est contre-propagandiste. Tous nos internautes s'opposent à l'utilisation de la propagande par les deux chaînes et à l'influence économique qu'elles subissent. Leurs critiques sont beaucoup plus acerbes à l'égard de CNN et Fox News qu'à l'égard d'Al-Jazeera. La propagande se manifeste à travers les mots qui sont modifiés, par exemple, les « forces de coalition » des Américains deviennent « les forces d'invasion » pour les Arabes. Elle se manifeste encore par le conditionnement des publics à la guerre. L'internaute italien Giulietto Chiesa parle de « public terrorisé » car CNN et Fox News conditionnent leur public pour légitimer et confirmer la confiance en celui qu'il nomme « l'empereur » (George W. Bush). Pour lui, la propagande passe aussi par la mise en scène d'images qui passent de la surinformation à la « désinformation ». L'internaute américain David Schechter écrit sur le site [www.mediachannel.org](http://www.mediachannel.org) :

« The way war is presented on television follows a script and formula. It was clear to the Bush administration that orchestrating a positive media spin for this conflict was extremely important and they set up a sophisticated apparatus for it. [...] They used a fire hose technique, pouring information and stories into the 24-hour news organizations, the goal being to dominate the discourse. They used Hollywood narrative techniques, structuring stories with three acts and believable characters.<sup>19</sup> »

---

<sup>19</sup>« La façon dont la guerre est présentée à la télévision suit un scripte et une formule. Il était clair pour l'administration Bush qu'orchestrer un tournant positif des médias était extrêmement important, et ils ont mis en place un appareil sophistiqué pour ça. Ils ont utilisé la technique de la lance à incendie, déversant des informations et des histoires pour les chaînes d'information continue, le but étant de dominer le discours. Ils ont utilisé les techniques narratives d'Hollywood, structurant des histoires en trois actes avec des personnages crédibles. »



Ces images ont eu un deuxième effet contre-communicatif qui a conduit à ce que les auteurs nomment la « Warnography », c'est-à-dire le plaisir malsain à organiser la guerre et à attendre les images comme si celle-ci était devenue un événement banal. La journaliste luxembourgeoise Josée Jansen décrit la « Warnography » de la manière suivante :

La guerre est aujourd'hui banalisée. [...] CNN a créé un spot pompeux pour vanter ses émissions sur la guerre, le Pentagone aurait fait faire les décors de son quartier général par un désigner, la guerre a commencé avec un « countdown », comptant les minutes jusqu'à l'expiration de l'ultimatum que George W. Bush avait lancé aux Irakiens. Comme des loups, les cameramen se pressent autour des victimes ou sur les camions qui distribuent l'aide humanitaire. Tout cela est pervers. Comme si montrer était une alternative à expliquer et à analyser, alors que c'est son contraire. « Warnography » est le terme juste.

L'internaute américain Danny Schechter va plus loin dans son analyse. Non seulement il s'oppose au traitement médiatique proposé par CNN et Fox News, mais il évoque la honte d'être journaliste aux États-Unis. En effet, alors que ces deux chaînes défendent leur stratégie de l'« embedding » comme étant la plus proche du conflit et la plus efficace, Schechter, comme d'autres journalistes, y voit une entorse à la recherche de la vérité qui irait à l'encontre du métier de journaliste. Il déclare :

« In the Middle Ages, armies were accompanied by large numbers of prostitutes. In the Iraq war, the American and British armies are accompanied by large numbers of journalists. Journalists who turn the media into whores. Physicians are bound by the Hippocratic oath to save life as far as possible. Journalists are bound by professional honor to tell the truth, as they see it.<sup>20</sup> »

<sup>20</sup> « Au Moyen Age, les armées étaient accompagnées par un grand nombre de prostituées. Dans la guerre en Irak, les armées américaines et britanniques sont accompagnées par un grand nombre de journalistes. Les journalistes transforment les médias en putains. Les médecins doivent par le serment d'Hippocrate, sauver des vies aussi longtemps qu'ils le peuvent. Les journalistes doivent par honneur professionnel dire la vérité, comme ils la voient. »

Ce thème du manque de professionnalisme et d'éthique des journalistes intégrés (« embedded ») aux troupes américains a fait l'objet de beaucoup de discussion dans les discours des internautes que nous avons retenus.

Cet effet contre-communicatif des médias américains a ainsi mis à jour deux courants de pensées qui traversent notre corpus. Le premier s'oppose à la surinformation et à la désinformation des chaînes américaines. Le second dénonce la banalisation de la guerre à travers des images aseptisées et sans intérêt : la « Warnography ». De plus, ce refus des images diffusées par CNN et Fox News constitue aussi une forme de résistance de la part des récepteurs étrangers face aux produits communicationnels envoyés par les chaînes américaines. Pour Arjun Appadurai, cette résistance est liée à l'imaginaire qui permet à la culture dominée de s'emparer d'un contenu qui lui est proposé pour lui redonner un sens.

En outre, nous nous devons préciser que nous n'avons trouvé aucune nouvelle forme d'expression de terrorisme dans l'analyse de ces courants de pensées. Mais cela ne place pas notre réflexion sur la réception active dans la lignée de celle de Michel de Certeau pour qui l'activité du destinataire d'un produit communicationnel est limitée. Nos internautes-récepteurs ne sont pas, comme le voudrait De Certeau, des « tacticiens » qui adhèrent à l'idéologie dominante mise en place par de puissantes instances médiatiques. Ils n'ont pas été dupes des médias. Même si les internautes-récepteurs n'agissent pas physiquement ou n'incitent pas à l'action violente contre le système dominant qui les entoure, le fait qu'ils dénoncent la propagande et décèlent les stratégies des médias suggère que leur pensée n'est pas contrôlée par la prétendue « toute puissance »

des médias. Le fait qu'ils ne s'engagent pas dans l'action et n'incitent pas à la violence s'explique par l'appareil répressif de G.W.Bush et de D.Cheney ont mis sur pied aux États-Unis pour interdire les manifestations de la critique ainsi que l'appareil de coercition militaire que les Américains et leurs alliés (particulièrement Israéliens) déploient au Moyen-Orient.

Ainsi, après avoir vérifié l'influence de la culture dans la perception des images diffusées par CNN, Fox News et Al-Jazeera et analysé l'effet contre-communicatif des médias américains auprès des journalistes européens et américains, nous avons cherché à savoir s'il existait une possible influence de la télévision sur Internet.

### 5.3 L'influence de la télévision sur Internet

Les soupçons de « surinformation, censure et déformation des faits » ont conduit quatre internautes québécois et européens à s'interroger sur l'influence de la télévision sur Internet. Selon eux, cette influence prend deux formes.

Internet apparaît tout d'abord comme le nouveau lieu de démocratisation de l'information. Pour l'internaute québécois Patrick White, « Internet a pris le dessus sur la télévision comme source d'information principale pendant la guerre ». Les téléspectateurs doivent donc chercher au-delà des informations et images proposées à la télévision par les chaînes américaines. Ils doivent aller sur Internet car ils y trouveront des informations plus pertinentes. Cependant cette perception d'Internet, comme seul lieu de démocratisation de l'information, n'est pas partagée par les autres internautes.

En effet, la désinformation ne se limite pas à la télévision. Elle outrepassse les frontières télévisuelles pour se retrouver sur Internet. Pour François-Bernard Huyghe, l'influence de la télévision sur Internet se manifeste par le fait que nous y retrouvons exactement les mêmes techniques de désinformation employées à la télévision. Pis, la distinction entre les différentes fausses informations est encore plus complexe en raison des nombreuses sources présentes sur Internet. Ainsi, dans son texte, *Propagande de guerre : des exemples dont l'Irak* sur le site Internet [www.vigirak.com](http://www.vigirak.com), il écrit :

Il devient de plus en plus difficile sur Internet de distinguer la désinformation pure et dure, menée par des professionnels, de la mésinformation spontanée, de la diffusion de rumeurs, canulars et autres « hoaxes ». C'est en somme, la grande démocratisation de la désinformation.

Outre le fait de constituer un espace de désinformation, pour ces internautes, Internet représente un outil important dans la guerre en Irak, particulièrement actif pour la résistance irakienne. Il dépasse donc la simple fonction de la télévision qui est d'émettre des informations, en devenant un outil de mobilisation électronique anti-américaine. Anne Giudicelli qui co-écrit avec Mohammed El Oifi l'article *Al-Jazeera et Internet, les nouveaux muezzins du monde arabe* souligne qu'« Internet a représenté ce qu'Al-Jazeera a pu représenter comme perspective au début de sa création ». Elle rappelle aussi qu'« Internet représente également une liberté de pensée pour ceux qui cherchent à s'opposer au politiquement correct ».

Pour nos internautes-récepteurs, Internet apparaît donc comme le moyen qui s'avère le plus adapté pour réagir aux images diffusées par les chaînes américaines. Il constitue un outil de contre-propagande pour dénoncer les mensonges de l'ennemi, rétablir la vérité et diffuser les informations que les médias et les autorités censurent et ne diffusent pas. Pour nos internautes, Internet est aussi un lieu où se trouvent toutes sortes de données et d'informations plus ou moins pertinentes. Mais il constitue par sa clandestinité un moyen de relayer des images et des informations très rapidement, surtout en temps de guerre. L'influence de la télévision n'est donc que partielle dans la mesure où Internet échapperait au contrôle et à la censure que subit la télévision. De plus, l'influence économique exercée par les grands groupes de presse sur la télévision serait moindre voire inexistante sur Internet. Selon, nos internautes, Internet serait un nouveau lieu d'expression démocratique dans le sens où il permettrait l'existence de diverses opinions, sans que ces dernières soient censurées. Cependant, selon nos internautes, Internet serait également une source de désinformation à cause de son instantanéité et de sa rapidité.

## CONCLUSION

Dans notre recherche, nous avons pu amplement illustrer le bien fondé de notre première hypothèse de recherche qui reposait sur le rôle déterminant de la culture dans la perception des produits communicationnels des chaînes d'information continue. Elle joue un rôle important chez nos internautes-récepteurs québécois et européens. En recevant les programmes de CNN, Fox News et Al-Jazeera, ces derniers ont adopté la deuxième position type de Hall. Ces auteurs reçoivent les images des chaînes mais n'en retiennent qu'une partie ou s'y opposent. Ils diffusent sur Internet leur perception et leur interprétation des événements irakiens. Cette perception s'est faite grâce à la culture de ces auteurs. Originaires de pays opposés à la guerre en Irak et dont le système médiatique se voudrait libre de toute influence politique et économique, ils ont donc une perception des chaînes internationales américaines et arabes qui n'est ni anti-américaine, ni pro-arabe. Dans leurs discours, ces internautes-récepteurs reconnaissent les faiblesses du système médiatique américain qui doit, selon eux, se réorganiser pour être plus démocratique. Ils sont rejoints, sur ce point, par les internautes-récepteurs américains qui partagent majoritairement leur opinion. Mais dans le cas de ces récepteurs américains, nous ne pouvons affirmer que leur culture a influencé leur perception des images diffusées par CNN, Fox News et Al-Jazeera. Ils sont en opposition avec le discours idéologique dominant présent aux États-Unis. Il y a alors d'autres variables (le niveau d'instruction par exemple) à considérer, mais elles ne faisaient pas partie de notre recherche. Outre les faiblesses des médias américains, les internautes récepteurs québécois, européens et américains reconnaissent un réel désir de démocratisation de l'information de la part d'Al-Jazeera. Mais ils

nuancent leurs propos. Pour eux, CNN et Al-Jazeera veulent toutes les deux augmenter leur part de marché et atteindre un nouveau public dans leurs sphères culturelles respectives. Pour ce faire, elles utilisent tous les outils destinés à la propagande de guerre à savoir : l'utilisation de nouveaux mots de vocabulaire et des images, reflétant la brutalité des conflits pour l'une (Al-Jazeera) ou la censure pour l'autre (CNN).

La culture affecte aussi la perception de nos internautes-récepteurs arabes dans le sens où leurs pays d'origine semblent être traditionnellement opposés au régime américain à cause des nombreux conflits existant dans la région du Proche et Moyen-Orient, qui mettent aux prises les États-Unis et les pays arabes. Ils accusent l'administration Bush de manipulation, de censure et de désinformation et rejoignent en cela la perception des journalistes européens. Comme ces derniers, ils reprochent au gouvernement américain de se laisser séduire par les lois du marché en voulant maîtriser les canaux de l'information pour séduire et conquérir un nouveau public. Pour ces internautes arabes, les médias américains présentent la guerre en Irak sous la forme d'un divertissement hollywoodien qui rejette toute information pertinente. A l'inverse pour eux, Al-Jazeera ferait son devoir en donnant des informations précises et pertinentes sur la brutalité du conflit irakien. Au delà d'être en opposition totale avec les médias américains, les internautes arabes se posent en résistants de l'influence des médias américains. Leur culture et leur provenance géostratégique déterminent la perception négative qu'ils ont de CNN et de Fox News.

Notre deuxième hypothèse de recherche visait à vérifier l'existence de courants de pensée. Nous avons vu apparaître dans notre analyse un effet contre-communicatif des médias américains qui a permis de mettre à jour deux courants de pensée. Le premier s'oppose à la surinformation et à la désinformation des chaînes américaines. Le second dénonce la banalisation de la guerre à travers des images aseptisées, sans intérêt informationnel et, même, immorales : la « Warnography ». Le fait que des récepteurs étrangers refusent de croire en la représentativité des images diffusées par CNN et Fox News constitue incontestablement une forme de résistance notoire aux produits communicationnels envoyés par les chaînes américaines.

Ainsi, nos internautes-récepteurs québécois, européens, américains et arabes soulignent la démarche propagandiste des médias américains et arabes ainsi que son efficacité. Mais en parlant de propagande, ils annulent celle-ci par leurs propos de récepteurs actifs sur Internet. Les internautes-récepteurs occultent leur propre rôle de récepteurs actifs et l'impact qu'ils peuvent avoir sur les usagers d'Internet qui, comme eux, sont critiques et disposés à recevoir la critique ou à en faire preuve eux-mêmes. En proposant leurs critiques sur Internet, les internautes-récepteurs sont des téléspectateurs dont l'action peut être considérée comme stratégique. Ces internautes et leurs lecteurs peuvent ultérieurement poser des gestes conformes aux critiques formulées sur Internet et qui peuvent s'avérer décisifs en engendrant des modifications majeures de la scène politique et géostratégique.

Notre troisième hypothèse reposait sur la possible influence de la télévision sur Internet. Celle-ci reste faible. Mais nous devons préciser qu'à



l'inverse de la télévision qui est un média de masse, Internet en tant que média touche un public plus restreint. En tant que support de contenus précis, il fait l'objet de demandes plus sélectives que la télévision. Pour nos auteurs, Internet est à la fois un lieu de démocratisation qui permet la libre expression des opinions et l'abolition de la censure, mais également un lieu de désinformation.

Ainsi, si Internet rejoint un public restreint, celui-ci agit de trois manières. Premièrement, l'activité de ce public se manifeste par sa quête d'informations et sa recherche thématique de sujets qui l'intéressent, contrairement à la consommation de médias de masse où le récepteur s'expose, de façon plus ou moins attentive, à ce que les médias lui proposent. Dans le cas d'Internet, le destinataire cherche et trouve l'information dont il a besoin pour réaliser ses projets.

Deuxièmement, ce destinataire, qui est aussi un lecteur, est comme le souligne De Certeau, fort actif dans son travail d'interprétation et de lecteur critique. La lecture critique de nos internautes-récepteurs leur permet de démontrer que, pour eux, la propagande des médias américains et arabes est annulée ou déjouée par leur attitude critique et comparative. Sur Internet, notre récepteur compare les sources entre elles et compare sa culture aux discours des médias. Il adopte donc le « mode oppositionnel » de Hall. C'est principalement le cas de notre internaute- récepteur américain Jeremy Scahill qui ne reconnaît pas la culture dominante américaine et ne subit plus son influence.

Troisièmement, comme le souligne Ravault, le récepteur est avant tout actif face aux produits communicationnels qu'il reçoit. Dans le cas de notre

recherche, l'internaute peut donc être un acteur, un militant. Il peut poser des gestes en fonction des informations qu'il a puisées dans les médias et dans les interprétations qu'il tire. Nos internautes-récepteurs cherchent, décident et agissent en fonction de leurs projets d'actions qui sont souvent reliés à leur culture d'appartenance géostratégique et d'interprétation des produits communicationnels étrangers.

## BIBLIOGRAPHIE

### Ouvrages et articles :

- Ang, Ien. 1985. *Watching Dallas : soap opera and the melodramatic imagination*. Trad. du néerlandais par Della Couling. Londres et New York : Methuen & Co, 148 p.
- Appadurai, Arjun. 2001. *Après le colonialisme : les conséquences culturelles de la globalisation*. Trad. de l'anglais (États-Unis) par Françoise Bouillot. Paris : Payot, 322 p.
- Bélisle, Claire, Jean Bianchi, et Robert Jourdan. 1999. *Pratiques médiatiques: 50 mots clés*. Paris : CNRS éditions, 428 p.
- Berger, Arthur Asa. 2000. *Media and communication research methods : an introduction to qualitative and quantitative approaches*. Californie: Thousand Oaks, 295 p.
- Bourdieu, Pierre. 1996. *Sur la télévision suivi de l'empire du journalisme*. Paris : Liber éditions, 95 p.
- De Certeau, Michel. 1990. *L'Invention du quotidien, 1. Arts de faire et 2. Habiter, cuisiner*, éd. établie et présentée par Luce Giard, Paris, Gallimard, 349 p.
- Frémont, Karine. 2006. *La télévision mène t-elle le monde?* Coll. « Enjeux contemporains ». Québec (Qué.) : Presses de l'Université du Québec, 232 p.
- Hall, Stuart. 1984. *Culture, Media, Language, Encoding/decoding working papers in Cultural Studies Culture: 1972-79*. London: Hutchinson; Birmingham: University of Birmingham, Centre for Contemporary Cultural Studies, 311 p.
- Janowitz Morris, et Edward A. Shils, *Cohesion and Disintegration in the Wehrmacht in World War II*, Public Opinion Quarterly, volume 12, 280 p.

- Jensen, Klaus Bruhn, et Karl Erik Rosengren, « *Cinq traditions à la recherche du public* », in *Hermès*, « À la recherche du public. Réception, télévision, médias », n°11-12, Paris, CNRS, 1993, p. 281-310.
- Katz, Elihu, et Tamar Liebes. 1990. *The export of meaning: cross-cultural readings of Dallas*. New York: Oxford University Press, 188 p.
- Katz, Elihu, et Paul Félix Lazarsfeld. 1955. *Personal influence*, Glencoe, Free Press, 435 p.
- Lazarsfeld, Paul Félix, 1968. *The people's choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign*, Columbia University Press, 223 p.
- Mace, Gordon, et François Pétry. 2000. *Guide d'élaboration d'un projet de recherche*. Coll. « Méthodes des sciences humaines ». Laval (Qué.) : Les Presses de l'Université Laval, De Boeck Université, 134 p.
- Maigret, Éric. 2003. *Sociologie de la communication et des médias*. Paris : Éditions Armand Colin, Paris, 287 p.
- Morin, Edgar. 1990. *Science avec conscience*. Paris : Éditions du Seuil, 315 p.
- Morley, David. 1992. *Television, Audiences and Cultural Studies*. Londres: Routledge, 325 p.
- Mucchielli, Alex, et Guivarch Jeannine. 1998. *Nouvelles méthodes d'études des communications*. Paris : A. Colin, 174 p.
- Ravault, René-Jean. 1985. « Resisting media imperialism by coerseduction ». *Intermedia*, vol.13, no 3 (printemps), p. 32-37.
- . 1986. « Défense de l'identité culturelle par les réseaux traditionnels de coersédution ». *International Political Science Review*, vol. 7, no 3 (été), p. 251-280.
- . 1992. « Le paradoxe de l'identité culturelle francophone dans les médias nord-américains ». In *Médias francophones hors Québec et Identité : Analyses, Essais et Témoignages*, sous la dir. de Fernand Harve, Institut québécois de recherche sur la culture, p. 37-57.

- . 1996. « Développement durable, communication et réception active ». In *Communication et Développement international*, sous la dir. de Thérèse Paquet-Sévigny, p. 60-79. Orbicom.
- . 2002. « Is there a Bin Laden in the Audience? Considering the Events of September 11 as a possible boomerang effect of the globalization of US Mass communication ». *Prometheus*, vol. 20, no 3.
- Ruddock, Andy. 2001. *Understanding Audiences : theory and method*. Londres : Sage publications, 201 p.
- Thayer, Lee. 1968. *Communication and Communication Systems*. Homewood, III. : Irwin, p. 123.
- . 1987. « On communication, Essays in understanding ». In *Communication the SINE QUA NON of behavioral sciences*, Norwood: N.J.Ablex, p. 65-91.
- Todorov, Tzvetan. 1991. *La Conquête de l'Amérique : la question de l'autre*. Paris : Éditions du Seuil, 339 p.
- Wolton, Dominique. 1990. *Eloge du grand public, une théorie critique de la télévision*. Paris : Flammarion, 319 p.
- . 1991. *War game, l'information et la guerre*. Paris : Flammarion, 289 p.

### **Sites Internet :**

<http://www.wikipedia.org>

<http://www.le30.org>

[http://web.mit.edu/comm-forum/forums/covering\\_iraq.html](http://web.mit.edu/comm-forum/forums/covering_iraq.html)

<http://www.geek.com/news/geeknews/2005Mar/gee20050326019294.htm>

<http://gerald.over-blog.org/archive-4-2006.html>

[http://www.acrimed.org/article.php3?id\\_article=965](http://www.acrimed.org/article.php3?id_article=965)

<http://www.mediachannel.org>

<http://slate.mcn.com/id/2081057/>

<http://www.lecourrier.ch>

[http://www.land.lu/html/dossiers/dossier\\_medias/guerre\\_medias\\_040403.html](http://www.land.lu/html/dossiers/dossier_medias/guerre_medias_040403.html)

[http://vigirak.com/article.php3?id\\_article=71](http://vigirak.com/article.php3?id_article=71)

[http://agircontrelaguerre.free.fr/article.php3?id\\_article=477](http://agircontrelaguerre.free.fr/article.php3?id_article=477)

[http://www.cafe-geo.net/article.php3?id\\_article=844](http://www.cafe-geo.net/article.php3?id_article=844)

<http://www.nilemedia.com/Columnists/Ahmed/2006/October/Hiding.html>

<http://www.tbsjournal.com/Archives/archives.html>

### **Journaux et revues sur Internet :**

<http://hebdo.ahram.org.eg/>

<http://www.progres.net.eg/>

<http://.hermes-science.fr/fr/>

<http://www.monde-diplomatique.fr/>